السلسلة الثقافية

د. فوزية فهيم

الفنّ الإذاعي



اشتريته من شارع المتنبي ببغداد
في 20 /جمادى الأولى/ 1445 هـ
الموافق 22 / 11 / 2024 م

سرمد حاتم شكر السامرائي



الفن الاذاعي

Twitter: @sarmed74 Sarmed- المهندس سرمد حاتم شكر السامرائي
Telegram: https://t.me/Tihama_books قناتنا على التليجرام: كتب التراث العربي والاسلامي

الفن الإذاعي

د. فوزية فهيم



Twitter: @sarmed74 Sarmed- المهندس سرمد حاتم شكر السامرائي
Telegram: https://t.me/Tihama_books قناتنا على التليجرام: كتب التراث العربي والاسلامي

حقوق الطبع محفوظة

المركز العربي
للثقافة والعلوم

طباعة . نشر . توزيع

ص. ب: ٥٧٣٩ - ١٣ بيروت - لبنان

Twitter: @sarmed74 Sarmed- المهندس سرمد حاتم شكر السامرائي
Telegram: https://t.me/Tihama_books قناتنا على التليجرام: كتب التراث العربي والاسلامي

مقدمة

لاشك أن الدور الذي تؤديه الاذاعة (الراديو) في حياة البشرية عامة وشعوب الدول النامية خاصة دور خطير، لما للاذاعة من مقدرة فائقة على تخطي حواجز الزمان والمكان والأمية والفقر أيضاً. وهذا الدور يتمثل في تطوير هذه الشعوب وتنميتها عن طريق ما تنقله اليهم من قيم ومبادىء وأفكار ومعلومات، ليستنير الانسان، ولتتسع آفاقه، ليعيش عصره متأثراً به، ومؤثراً فيه.

ولهذا رأيت التعريف بالاذاعة كوسيلة إعلام مع عرض لتاريخها وخصائصها ومميزاتها، ثم بيان أهدافها وجمهورها مع الاستشهاد بالخدمات الاذاعية المختلفة في الاذاعة المصرية.

فالاذاعة تستطيع ـ بالتبسيط والتفسير والتشويق

وجـذب الانتباه، أو بمعنى آخـر بالكلمـة المسمـوعـة المـرتبطة بـالمـوسيقى والمؤثـرات الصـوتيـة ـ عـرض المعلومات والأفكار بأسلوب شائق يفهمه عامة الناس.

هذا بالاضافة الى عنصـر المشاركـة الذي يحسه المستمع الى الاذاعة سواء عن طريق الاستماع الجماعي أو المشاركة الفعلية في البرامج، مما يجعل للاذاعة قوة الحديث الشخصي في التأثير والتغيير، وهذا هو بيت القصيد.

وإني إذْ أقـدم هـذه الـدراسـة للقـارىء العـربي وللاعلامي المتخصص أرجو أن يجد فيها تعريفاً كافياً للاذاعة كوسيلة إعلام.

والله ولي التوفيق

دكتورة فوزية فهيم

نبذة تاريخية

اختـتراع اللاسلكي:

عندما اخترع ماركوني اللاسلكي، واستطاع إرسال أول رسالة لاسلكية عبر المحيط عام ١٨٩٥ - لم يكن ينظر الى هذا الاختراع الجديد إلا كمنافس للتلغراف السلكي ترسل به الرسائل، ولكن بطريقة أسرع وأوسع انتشاراً.

وكان رجال الأعمال يخشون في بداية الأمر تسرب أسرارهم عن طريق إرسال رسائلهم باللاسلكي نظراً لإمكان التقاطها من الهواء عن طريق أجهزة الاستقبال التي كانت قد انتشرت بين الهواة الذين استهواهم اختراع ماركوني الجديد. وخلال الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨) ازداد اهتمام الدول باللاسلكي لأعمال الدعاية، ولتوصيل التعليمات للجنود.

وفي سنة ١٩١٦ اقترح مهندس شاب يعمل في شركة وستنجهاوس استخدام أجهزة الراديو التي كانت تنتجها الشركة «لإدخال الموسيقى لاسلكياً في المنزل، ثم بعد ذلك تنقل المحاضرات ونتائج مباريات البيسبول والأحداث الهامة» وقد ظل ينظر الى الاذاعة في العالم على أنها وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى حتى عام ١٩٣٦ عندما أذاع الملك إدوارد تنازله عن العرش البريطاني من أجل «المرأة الأمريكية التي أحبها» فمنذ ذلك الوقت تحولت النظرة الترفيهية الى نظرة إخبارية، وقد ظل العالم يتابع قصة الملك إدوارد عن طريق الاذاعات فترة طويلة، حتى جاءت أزمة ميونخ وإعلان الحرب العالمية الثانية حين بلغت الاذاعة ذروة أهميتها في جميع أنحاء العالم.

ومنذ ذلك الحين أخذت الاذاعات ترسخ وتتطو شيئاً فشيئاً، لتأخذ أشكالها التقليدية المعروفة.

محطات الأذاعة الأهلية ١٩٢٣ - ١٩٣٤:

وفي مصر عُرف الارسال الاذاعي عن طريق الهواة في وقت مبكر جداً: ففي عام ١٩٢٣ تلقى أحد الهواة ويدعى «أحمد صادق الجواهرجي» محطة إرسال هدية

من صديق ألماني يدرس اللاسلكي، إلا أن هذه المحطة لم تجد من يستمع إليها في ذلك الوقت نظراً لعدم وجود أجهزة استقبال.

وفي ١٠ من مايو عام ١٩٢٦ صدر مرسوم ملكي يحدد الشروط التي يمكن بموجبها استخراج التراخيص **باستخدام الأجهزة اللاسلكية في « القطر المصري » طبقاً** للاتفاقيات الدولية، وبموجب هذا المرسوم أخذ هواة اللاسلكي ينشئون محطات إذاعة أهلية في القاهرة والاسكندرية، وكان بعضها يذيع بالعربية وأصحابها من المصريين « والشوام » وبعضهم الآخر يذيع بالانجليزية والفرنسية والايطالية للأجانب الذين في مصر وأصحابها من الأجانب المتمصرين.

وعلى سبيل المثال لاالحصر كانت هناك محطات تذيع تحت اسماء مختلفة منها:

راديو صايغ، ورايو الأميرة فوزية، وراديو فاروق، وراديو فؤاد، وراديو مصر الملكية، وراديو مصر الحرة، وراديو سابو، وراديو فيولا، وراديو أبو الهول، وراديو نفرا، وراديو مصر الجديدة، وراديو القاهرة، وراديو حبشي، وراديو ماجزين إجيبسين.

ويقول أستاذنا الصحفي الكبير «حافظ محمود»: إن صاحب محطة راديو ماجزين إجيبسين كان زميلاً له في كلية الحقوق، وقد رأى صاحب هذه المحطة إقامتها لمغازلة صديقته على الأثير.

وبالطبع كانت هذه المحطات بدائية في تشغيلها الهندسي، ضعيفة البث، فلم تتعد قوة الواحدة منها نصف كيلووات، ولم تُسمع خارج الحي الذي أقيمت فيه، وكان معظم أصحابها من تجار أجهزة الراديو أقاموها للترويج لتجاوتهم، ولتحقيق الربح المادي عن طريق إذاعة الاعلانات التجارية.

والجدير بالذكر أن الاعلانات في هذه المحطات كانت بدائية ساذجة، ولكنها لم تخل من الاثارة: فعلى سبيل المثال كان أحد المذيعين يصيح قائلاً: «ألو... ـ ألو. اسمع يا (أخينا) إنت وهو: فيه قنبلة انفجرت في شارع الموسكي دلوقتي»... وبعد قليل يقول:

«لقد تبين أن هذه القنبلة التي انفجرت اليوم في شارع الموسكي هي الأسعار المذهلة التي تبيع بها محال الضبع للعب الأطفال!».

وفي إعلان آخر يقول: «ألو. ألو.. «اسمع يا «أخينا» إنت وهوه حدثت حريقة كبيرة في شارع شبرا» وبعدها بقليل يقول: «لقد تبين أن هذه الحريقة الكبيرة لم تكن غير افتتاح «خمارة» الخواجة بنايوتي لبيع أصناف الخمور، وخصوصاً الطافية التي تباع بأسعار زهيدة جداً جداً».

وكان معظم ما يذاع في هذه المحطات لايخرج عن سخافات ومهاترات بلغت حد الاسفاف! ولنسق هنا أحد هذه الأمثلة على سبيل الطرافة: فقد حدث مرة أن انتقدت مجلة «روز اليوسف» الشيخ «محمود صبح» أشهر من يعزف على العود في ذلك الوقت، فلم يجد الشيخ «صبح» وسيلة للرد على هذا النقد خيراً من الاذاعة التي يعزف فيها، فبعد انتهائه من عزفه المنفرد على العود عقب قائلاً: «سامعة يا ست روزا ولفيش كده أبداً. اللحن ده يطلع من إيدك يا ست روزا؟.. ياولية افهمي بأه دانا الشيخ صبح!».

ويقال: إن عصابة مخدرات استغلت محطة راديو مصر الملكية، وكان صاحبها مدير المطبوعات في ذلك

الوقت فاشتركت بمبلغ قدره خمسون جنيهاً شهرياً نظير احتكار أغنيتين الأولى: « الجواريق » والأخرى « في الجو غيم » لمحمد عبد الوهاب. (المعروف أن احتكار الأغاني من قبل المستمعين لتذاع وفق أهوائهم نظير اشتراك كان يشكل مورداً لرزق لأصحاب هذه المحطات).

اتفق أصحاب العصابة على التصرف في بيع المخدرات وفق الأغنية المذاعة، فينشط البيع عندما تذاع أغنية « الجورايق »، ويتوقف البيع عندما تكون الأغنية « في الجو غيم! » وظلت هذه العصابة تنتشر في أنحاء القطر الى أن وصل أمرها الى البوليس، فقبض على كل المسؤلين عن المحطة، ولم يفرج عنهم إلا بعد أن تبين أنهم كانوا من ضحايا عصابة المخدرات!

استمرت الحال على هذا النحو بين هذه المحطات الأهلية الى أن قرر مجلس الوزراء إلغاءها في جلسته المنعقدة في ٣١ من يوليو عام ١٩٣٢، وتوقفت نهائياً عند بدء تشغيل محطة الاذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية من قبل شركة ماركوني البريطانية.

الأذاعة في عهد شركة ماركوني ١٩٣٤ - ١٩٤٧:

في الساعة السادسة من مساء الحادي والثلاثين من مايو عام **١٩٣٤** استمع الناس الى صوت المرحوم « أحمد سالم » أول مذيع للاذاعة المصرية يقول:

« ألو. . ألو. . هنا الاذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية » وقد أقيم لهذه المناسبة احتفال كبير. . ولعلنا نتساءل: لماذا لم تقم الحكومة المصرية بتشغيل الاذاعة بنفسها بدلاً من إسناد هذه المهمة الى شركة ماركوني البريطانية؟ وترد على هذا التساؤل مذكرة وزارة المواصلات المقدمة الى مجلس الوزراء في **١٥** من **يوليو** عام **١٩٣٢** في هذا الشأن، إذ تقول المذكرة:

« إنه نظراً لعدم توفر الوسائل الحكومية اللازمة لتشغيل المحطة رأت الحكومة أن تعهد الى شركة ماركوني بتشغيلها نيابة عنها بمقتضى عقد مدته عشر سنوات من بدء التشغيل نظير ٦٠٪ من حصيلة رسوم أجهزة الاستقبال » (١٢٠ قرشاً للجهاز سنوياً) ولما امتدت الحرب العالمية الثانية جدد العقد مرة « ثانية » لمدة خمس سنوات أخر، ولكن بشروط تسمح بالغائه في أي وقت بالتفاهم بين الطرفين.

ولم يتضمن العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركوني أية إشارة الى مهمة الاذاعة الاخبارية ونص على أن هذه المهمة تثقيفية وترفيهية فقط. ويبدو أن سبب ذلك راجع الى أن الصحف في هذا الوقت كانت تخشى منافسة الاذاعة لها في هذا المجال، وحتى لاتدخل الشركة في منازعات مع الصحف أغفلت النص على المهمة الثالثة والرئيسية للاذاعة، وهي إذاعة الأخبار، ولكن شيئاً فشيئاً فرضت الطبيعة الاخبارية نفسها على برامج الاذاعة وأصبحت نشرات الأخبار تشكل مادة أساسية في مواد الاذاعة، وذلك بعد حوالي شهر من بدء تشغيل الاذاعة وكانت نشرتا أخبار الساعة ٣٠ و١٤ والساعة ٣٠ و٢٠ المذاعتان من البرنامج العام هما نواة النشرات الاخبارية التي كثرت وتعددت فيما بعد لتذاع من جميع الخدمات الاذاعية في أوقات متعددة على مدار اليوم.

والجدير بالذكر أن نشرات الأخبار في ذلك الوقت كانت تعد أولاً باللانجليزية، ثم تترجم الى العربية، لأن اللغة الانجليزية كانت هي اللغة المستعملة داخل الاذاعة نظراً لأن مديرها وكبار موظفيها من الانجليز!

ولقد دب الخلاف بين الرؤساء الانجليز والموظفين المصريين وعلى رأسهم مدير الاذاعة المصـري الأستاذ « محمد سعيد لطفي » الذي كان قد عين مديراً للاذاعة بجانب المديـر الانجليزي، وبـدافع من الـوطنية أبى المصريون أن يُـذعنوا للتصـرفات الاستعمـارية لهؤلاء الانجليز!

وعلى سبيل المثال عندما ألقى علي ماهر (باشا) خطبته المشهورة في مجلس الشيوخ والتي أعلن فيهـا: « أن معاهدة عام **١٩٣٦** التي جعلت من مصرحليفاً لبريطانيا لاتعني أن نكون ملزمين بدخول الحرب الى جانب بريـطانيا » ـ أصـدر السفير الـريطاني الى مـدير الاذاعة بمنع إذاعة الخطبة وهدد المدير الانجليزي بأن منع إذاعة الخطبة سيزيد الشعور الوطني ضد الانجليز وسينقلب الوضع الى ثورة تشبه ثورة عام **١٩١٩**.

وتفخر الاذاعة المصرية بأنها أكدت دوراً بارزاً في تكوين جامعة الدول العربية، وقد تبنى « عبد الرحمن عزام » (باشا) هذه الدعوة، وكان يوجهها من إذاعة القاهرة التي كانت تسمع في جميع أنحاء الوطن العربي،

ويعد إنشاء الجامعة العربية نصراً كبيراً للاذاعة المصرية.

ويقال: إن «النقراشي» (باشا) في أثناء توليه رئاسة الوزارة استمع يوماً الى أحد المذيعين الانجليز يذيع كلاماً ضد مصر من البرنامج الأوربي، فطلب من وزير الشئون الاجتماعية الذي كان يشرف على الاذاعة في ذلك الوقت اتخاذ اللازم فوراً لتمصير الاذاعة في أسرع وقت ممكن. فتقدمت وزارتا الشئون الاجتماعية والمواصلات بمذكرة الى هيئة قسم الرأي بمجلس الدولة في ١٢/ ٢/ ١٩٤٧ تطالب فيها بإلغاء عقد شركة ماركوني، لأن الحالة أصبحت تدعو الى قيام الحكومة بالذات بإدارة محطات الاذاعة اللاسلكية المملوكة لها، وأن الظروف التي سوغت إسناد هذه المهمة الى شركة ماركوني لم تعد قائمة، وبذلك تستطيع الحكومة توجيه الادارة توجيهاً يتحقق على أكمل وجه».

مرحلة التمصير ١٩٤٧ - ١٩٥٢:

تسلمت وزارة الشئــون الاجتمــاعيــة الاذاعــة اللاسلكية للحكـومة المصـرية في أواخـر مارس عـام ١٩٤٧، لتبدأ بذلك مرحلة التمصير. وقد أعلن وزير الشئون الاجتماعية من خلال الميكرفون يوم أن تسلمت الحكومة المصرية الاذاعة من شركـة ماركوني: «أن الدولة ستعمل على وضـع النظام الأسـاسي للمحطة وتعديل البرامج تعـديلاً شـاملاً، سـواء من ناحيتهـا الاخبـارية أو من نـاحية التـوجيـه الثقـافي والعـرض المـوسيقي، وأن النظام الجـديد يقضي بـإنشـاء قسم للأخبار الصادقة يأتي بها إليهـا مراسلون في الـداخل والخارج، وكذا معلقون سياسيون ودبلوماسيون، كما هو حادث في معظم الاذاعات في العالم، وذلك حتى لا تبقى محطة الاذاعة عبئاً على الصحف المحلية والعالمية أو على شركات الأنباء الأجنبية التي قد تلجـأ الى تنفيذ أغراضها عن طريق إذاعة محطتنا لأخبارها!»

بدأت ملامح التمصير تظهر شيئاً فشيئاً في الاذاعة فقد عدل الأسبـوع الاذاعي، ليكون ابتـداء من يوم

السبت من كل أسبوع بدلاً من يوم الأثنين، كما حل الموظفون المصريون محل الأجانب تباعاً.

وقد عاصرت هذه المرحلة أحداث هامة كثيرة من أبرزها حرب فلسطين سنة ١٩٤٨ سجلتها الاذاعة وخاصة بطولات رجال الجيش المصري على أرض فلسطين، فقد احتفلت بعودة أبطال الفالوجا، وكرمتهم أبلغ تكريم!

ونشير هنا الى مقال أذاعته الاذاعة نقلاً عن صحيفة يهودية تحت عنوان: «فراعنة الفالوجا يعودون الى بلادهم» جاء فيه قول الصحيفة: إن رجال الجيش المصري في الفالوجا لم يكونوا رجالاً من طراز عادي، ولم يكونوا مدافعين أو مقاتلين، وإنما كانوا رجالاً من طراز لم تشهده المواقع العربية إلا في قصص التاريخ!».

شهدت نهاية هذه الحقبة من تاريخ الاذاعة اشتداد القلاقل السياسية في البلاد التي دبرها المستعمر الانجليزي نتيجة إلغاء معاهدة سنة ١٩٣٦ في السادس والعشرين من أكتوبر سنة ١٩٥١، ومطالبة

الحكومة بجلاء القوات البريطانيـة في منطقـة القناة، وتصاعد كفاح الفدائيين في هذه المنطقة، واشتباك قوات البوليس المصري مع القوات البريطانية في الاسماعيلية، وكانت قد سافرت سراً الى منطقة القناة بعثة إذاعية، وقامت بعمل تسجيلات حية عن المعارك الليلية التي كانت تدور بين الفدائيين والانجليز، وعنـدما أذيعت بعض هذه التسجيلات، وكانت حافزاً للشعب المصري لكي يتحـرك وينضم للفـدائيـين في القتـال ـ ثـارت السـراي، وأمرت بـوقف إذاعـة هـذه التسجيـلات، وصدر الأمر الملكي بتعيين « كريم ثابت » (باشـا) رجل السراي وزيراً للدولة لشئون الاذاعة ليتولى بنفسه هذه المهمة!

تعاقبت بعد ذلك الأحداث وعـلى رأسها حـريق القاهرة الذي أدى الى إقالة وزارة « مصطفى النحاس » وإعلان الأحكام العرفية في البلاد، ثم قيام الوزارات وسقوطها عـلى التوالي: (عـلي ماهـر ونجيب الهلالي وحسين سري ونجيب الهلالي وحافظ عفيفي وحسين سري) في الفترة من آخر يناير سنة ١٩٥٢ الى الثاني

والعشرين من يوليو سنة ١٩٥٢، وانتهى ذلك بقيام ثورة الثالث والعشرين من يوليو سنة ١٩٥٢.

وتجدر الاشارة هنا الى قول الصحفي الانجليزي توم ليتل: «كانت مصر قبل الثورة ملكاً للأجانب المستعمرين، ولم تكن قط تلك القوة الفعالة المستقلة التي ظهرت على الصعيد الدولي والعربي والأفريقي والتي لم تتحقق إلا بعد الثورة؟»

عهد الثورة ١٩٥٢ الى ١٩٧٧:

كانت الأذاعة هي أول وسيلة إعلام تنقر للمصريين وللعالم قيام ثورة الثالث والعشرين من يوليو عام ١٩٥٢: ففي مستهل نشرة الأخبار الصباحية الأولى لهذا اليوم وفي تمام الساعة السابعة والنصف أذاع (الرئيس) أنور السادات أول بيان يعلن قيام ثورة الجيش المصري للقضاء على الملكية الفاسدة في البلاد، تبعه في ٢٦ يوليو إنذار القائد العام للقوات المسلحة للملك بالتنازل عن العرش ومغادرة البلاد، ويعد هذان البيانان أهم ما قدمته الاذاعة عبر تاريخها الطويل، لأنهما كانا ينقلان البلاد الى عهد جديد!

عرف رجال الثورة منذ اللحظة الأولى أهمية الاذاعة كوسيلة إعلام، تؤكد ذلك إحصائية بسيطة لبرامج الاذاعة: فخلال شهر واحد من قيام الثورة قدمت فيه الاذاعة ٥١ حديثاً وطنياً و٣٥ برنامجاً خاصاً و١٧ تمثيلية وطنية و٣٧ قصيدة شعرية وزجلية وقصة وطنية تدعو للعهد الجديد، وتشرح أهدافه!

كما عرف رجال الثورة ما للميكرفون من أثر فعال ليس فقط من خلال الاذاعات الداخلية، بل من خلال الاذاعات الخارجية أيضاً فاصطحبوه معهم، لينقل للجماهير مباشرة صوراً حية لمؤتمراتهم الشعبية وزياراتهم لشتى المدن والقرى شارحين أهدافهم داعين لمبادئهم، حتى إن بيان مجلس قيادة الثورة بإعلان قيام أول جمهورية مصرية برئاسة اللواء «محمد نجيب» مساء يوم الثامن عشر من يونيو سنة ١٩٥٣ أذيع في حفل خارجي أقيم ابتهاجاً بعيد الجلاء في حديقة الأندلس، وقد فاجأ «يوسف وهبي» الحاضرين بصعوده على خشبة المسرح قائلاً: «أزف إليكم أعظم بشرى، فقد أعلنت الجمهورية، وأعلن «محمد نجيب» أول رئيس لها، ثم هتف بحياة الجمهورية ثلاثاً، وردد الحاضرون الهتاف.

وعلى مدى ربع قرن من الزمان هو عمر مصر الثورة عاصرت الاذاعة أحداثاً هامة أثرت فيها، وتأثرت بها، ومن أبرز هذه الأحداث جلاء القوات البريطانية عن مصر في التاسع عشر من أكتوبر سنة ١٩٥٤ والحروب الثلاث: (عدوان سنة ١٩٥٦ وحرب ١٩٦٧، وحرب ١٩٧٣، وأخيراً مبادرة السلام للرئيس «أنور السادات» وزيارته للقدس في نوفمبر سنة ١٩٧٧.

وقد قامت الاذاعة بدور كبير على جميع المستويات.

فعلى الصعيد المحلي كان عليها التعريف بالمجتمع الجديد ابتداء من قوانين الاصلاح الزراعي عام ١٩٥٢ الى ثورة التصحيح في ١٥ مايو عام ١٩٧١، وبرنامج العمل الوطني الذي قدمه الرئيس «أنور السادات» الى المؤتمر القومي العام الثاني المنعقد في يوليو عام ١٩٧١ والذي تضمن تصور الرئيس السادات للدولة الحديثة «دولة العلم والايمان» القائمة على الديمقراطية والاشتراكية.

وعلى الصعيد العربي وقفت الاذاعة الى جانب

الثورات التحررية التي قامت في البلاد العربية والأفريقية ابتداء بثورة الجزائر عام ١٩٥٤ حتى ثورة ليبيا عام ١٩٦٩، وشاركت الاذاعة في نقل مؤتمرات القمة واللقاءات العربية المختلفة الهادفة الى التقارب والتفاهم بين الأشقاء العرب.

وعلى الصعيد الدولي وقفت الاذاعة الى جانب المؤتمرات الدولية التي شاركت فيها مصر ابتداء بمؤتمر باندونج عام ١٩٥٥ الى صدور قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة في ٨ من ديسمبر عام ١٩٧٢ بإدانة إسرائيل وضرورة انسحابها من الأراضي العربية تطبيقاً لقرار مجلس الأمن رقم ٢٤٢ وزيارات الرئيس أنور السادات لرؤساء وعواصم الدول الكبرى لشرح القضايا العربية، وعلى رأسها قضية فلسطين.

ولاشك أن الاذاعة بمعايشتها للثورة وأحداثها وتوعيتها بمبادئها وأهدافها ومعاصرتها للمعارك التي خاضتها على الصعيد العربي والدولي كان لها دور طليعي في تبوؤ مصر مكانة عالية كانت تفتقدها في سائر العهود!

توسعات وإنشاءات إذاعية:

وإنطلاقاً من إيمان الثورة بأهمية الدور الذي تؤديه الاذاعة على الصعيد المحلي والعربي والدولي قامت بإنشاءات وتوسعات جديدة في الخدمة الاذاعية لتغطي هذه المجالات كافة، ليصبح الارسال الاذاعي اليومي المحلي والموجه أكثر من مائة وثمانين ساعة في سنة ١٩٧٢ بعد أن كان لايتجاوز خمس عشرة ساعة قبل الثورة!

وتطلبت الزيادة في عدد ساعات الارسال زيادة في قوة الارسال التي ارتفعت هي نفسها من ٧٣ كليو وات سنة ١٩٥٥ الى ٥٢٢٠ كليووات سنة ١٩٧٢: من ذلك ٢٩٧٠ كليووات للموجة المتوسطة، و٢٢٥٠ كليووات للموجة القصيرة موزعة على مايقرب من ٥٦ محطة إرسال مقامة في أماكن متفرقة من أنحاء الجمهورية فتضاعف الارسال بذلك سبعين مرة!

الأذاعة وسيلة إعلام

الاذاعة وسيلة إعلام تؤدي مع غيرها من وسائل الاعلام الأخرى دوراً حيوياً في حياة إنسان النصف الأخير من القرن العشرين، مما أدى الى تسمية هذا العصر بعصر «ثورة الاعلام» حيث أصبح في إمكان الفرد استخدام حقه الطبيعي في «استقاء المعلومات والأفكار عن طريق أية وسيلة، حتى يتمكن الانسان من معرفة ما يدور في بيئته وفي البيئات الأخرى وفي العالم أجمع في اللحظة ذاتها، ولعل هذا ما دعا أستاذ الاعلام الشهير مارشال ماكلوهان الى القول بأن وسائل الاعلام وخاصة الاذاعة قد حولت العالم الى «قرية عالميةGlobal Village فمنذ أن يستيقظ الانسان في الصباح الى أن يغمض عينيه في المساء تتسابق اليه وسائل الاعلام لتنفذ الى عقله وفكره، ويتسابق هو إليها ليجد عندها الأجابة على سؤاله الأزلي: «ما الخبر؟».

ولبيان أهمية الاعلام في حياة الناس دعونا نتخيل كيف كانت الحال لو لم تكن هناك وسائل إعلام لتنقل لنا في التو واللحظة العبور وحرب أكتوبر سنة ١٩٧٣ ومبادرة السلام لرئيس السادات وزيارته للقدس في نومبر سنة ١٩٧٧ وغيرها من الأحداث المؤثرة في حياة الانسان والتي لايمكن أي واحد منا إلا المشاركة فيها إن لم يكن فعلياً فوجدانياً!

ولقد تطورت إمكانات وسائل الاعلام الاذاعية الصوتية والمرئية في عصرنا هذا الى أن أصبح في الامكان مخاطبة ورؤية رواد الفضاء في مركباتهم الفضائية خارج نطاق الكرة الأرضية وفوق سطح القمر! وفي الولايات المتحدة كشف المسؤلون في وزارة الدفاع مؤخراً عن قيامهم باختبار جهاز جديد للاتصالات يسمح للحكومة الأمريكية تلقائياً بأن تصلح جميع أجهزة الاستقبال المسموعة والمرئية إذا أرادت توجيه رسالة عاجلة الى الشعب الأمريكي وخاصة في حالة وقوع كارثة كبرى.

ومن طريف ما يذكر لبيان أهمية الاعلام في حياة الناس أنه في نهاية الحرب العالمية الأولى عندما أعلنت

الهدنة في الحادي عشر من نوفمبر سنة ١٩١٨ لم يخيم السلام على العالم فجأة فور إعلان الهدنة، بل ظلت المواقع التي لم تصلها أخبار السلام نهباً للحرب وللقتال، وذهب آلاف الجنود ضحية لعدم معرفة بعض القادة في الأماكن النائية بأخبار السلام!

واليوم عن طريق وسائل الاعلام تنتشر الأخبار لقياس مدى سرعة انتشار خبر مقتل الرئيس الأمريكي جون كيندي في الساعة الثانية عشرة والنصف بالتوقيت الأمريكي المحلي في ٢٢ من فبراير عام ١٩٦٢ ـ تبين أن اثنين من كل ثلاثة من الأمريكيين عرف الخبر خلال نصف ساعة من وقوعه، وبلغت نسبة من عرفوه خلال ساعتين أكثر من ٩٠٪ وبلغت هذه النسبة ١٠٠٪ تقريباً خلال مدة تقل عن أربع ساعات! وقد أذيع هذا الخبر من إذاعة القاهرة بعد وقوعه بخمس وسبعين دقيقة حيث قطعت الاذاعة برامجها، وأذاعت الخبر في الساعة التاسعة والربع مساء بالتوقيت المحلي لمدينة القاهرة. ولعلنا نذكر السرعة والفورية التي عرف بها مقتل الأديب المصري « يوسف السباعي » في قبرص يوم ١٨ / ٢ / ١٩٧٨ في أثناء انعقاد مؤتمر التضامن الأفريقي

الآسيوي، ولو كانت هناك دراسة لمعرفة مدى سرعة هذا الانتشار في جميع أنحاء العالم لتبين أنه كانت أكبر من سرعة انتشار خبر مقتل الرئيس الأمريكي كيندي.

مميزات الاذاعة كوسيلة إعلام.

والاذاعة وسيلة من وسائل الاعلام التي تسعى الى الفرد أينما وجد وعندما يشاء، شأنها في ذلك شأن التليفزيون والصحيفة والكتاب على عكس الحال بالنسبة للسينما والمسرح والمعرض والندوة وما اليها، فهي وسائل يسعى الفرد إليها، ويذهب الى مكان وجودها عندما يشاء.

ولو قارنا الاذاعة بغيرها من وسائل الاعلام ذات الخاصية الأولى نجدها تتمتع بمميرات أهمها الانتشار، فموجة الأثير القصيرة تدول حول الكرة الأرضية ثماني مرات في الثانية: أي بسرعة تعادل سرعة الضوء على حين أن الارسال التليفزيوني على الموجة التناهية القصر (Micro Wave) وهو النوع المستخدم في مصر - محدود بدائرة قطرها لايزيد على مائة ميل، ولابد من إنشاء محطات للتقوية كلما أريد توسيع هذه الدائرة، كما أن التكلفة التليفزيونية على طرفي التشغيل والاستقبال أكثر

ضخامة من التكلفة التليفزيونياالاذاعية، إذ تبلغ تكاليف تشغيل الساعة الواحدة في التليفزيون من خمسة الى عشرة أمثال تكلفة تشغيل الساعة الواحدة في الاذاعة! ولايقل ثمن جهاز الاستقبال التليفزيوني في مصر عن ثماني جنيها في حين توجد أجهزة استقبال إذاعية (ترانزستور) في حدود ثلاثة جنيهات مع توافر إمكان الاستماع الجماعي بصورة أكبر من المشاهدة الجماعية للأسباب السالفة الذكر.

والاذاعة تمتاز بالحيوية التي تنبض في الصوت الانساني والمؤثرات الصوتية والموسيقية، وهذا يعطي المستمع شعوراً بالمشاركة لايحسه القارىء للكلمة المكتوبة، وللكلمة المسموعة أثرها القوي في الاتيحاء وإثارة العواطف، ومن هنا تخلق الاذاعة الشخصيات المؤثرة. ويقال: إنه لولا وجود الاذاعة لما كان لشخصيات كهتلر وديجول وعبد الناصر هذا التأثير الكبير!

ونذكر هنا ما كتبه «أحد الصحفيين الفرنسيين المتخصصين في شئون الشرق الأوسط في صحيفة لوموند

الفرنسية، إذْ يقول: «أنا لاأعرف مقهى واحداً في أية بقعة من العالم العربي لايفتح الراديو على إذاعة صوت العرب الذي يديره أحمد سعيد.. وجميع التاكسيات في دمشق وبغداد وغيرهما من مدن الدول العربية الأخرى تدير أجهزة الراديو على محطة صوت العرب بناء على طلب الركاب، حتى إن الركاب والسائقين ليبلغ الانفعال بهم حداً يهدد حياة المشاة في الشوارع بالخطر!». وكان ذلك أيام العدوان الثلاثي على مصر عام ١٠٥٦.

وهذا لايجعلنا ننكر ما للتليفزيون من تأثير يفوق تأثير الاذاعة نظراً لاعتماده على حاستي السمع والبصر، فهما أهم حواس الانسان، وبهما يكتسب ما يقرب من ٩٨٪ من معرفته، فقد دلت الاختبارات السمعية والبصرية على أن استيعاب الفرد للمعلومات يزداد بنسبة ٣٥٪ عند استخدام الصوت والصورة في وقت واحد، وأن مدة الاحتفاظ بهذه المعلومات تطول عندئذ بنسبة ٥٥٪.

ومع هذا فقد تصرف الصورة مشاهد التليفزيون عن متابعة الكلمة المصاحبة للصورة، وقد تفقد شاشة

التليفزيون شخصاً ما نجاحاً كان قد أحرزه عن طريق ميكرفون الاذاعة، كما حدث بالنسبة لكيندي ونيكسون في أثناء الدعاية الانتخابية لرئاسة الأمريكية سنة ١٩٦٠، فقد أحس المستمع لأحاديث كل منهما في الاذاعات الأمريكية بتفوق نيكسون على كيندي، ولكن عندما ظهر الأثنان على شاشة التليفزيون اكتسب كيندي شعبية كبيرة، وفاز على نيكسون في انتخابات الرياسة!

وغني عن البيان أن الكلمة المسموعة أكثر انتشاراً من الكلمة المكتوبة وخاصة في المجتمعات النامية التي ترتفع فيها نسبة الأمية. وتصل هذه النسبة في مصر الى ٧٣٪ من مجموع السكان فضلاً عن مخاطبتها جميع المستويات من قثقافية واجتماعية وصحية وغيرها. أما بالنسبة للكلمة المكتوبة فقد يحول الدخل المحدود لمن يعرفون القراءة دون شراء الكتاب أو الصحيفة لعدم مقدرتهم الشرائية، كما أنه ما زالت داخل البلاد بعض الأماكن النائية. وربما لاتصلها الصحف بصورة منتظمة أو في الوقت المناسب لعدم توفر وسائل النقل السريع.

وهذا لايمنع من تسجيل ميزة كبيرة تتمتع بها

الكلمة المكتوبة، وهي إمكان الرجوع لها للتحقيق والشرح والتفسير، إذْ أن الحقيقة المسموعة إذاعياً والمرئية تليفزيونياً قد تضيع بين المستمعين، فمثلاً: قد تقع حادثة في بلد من البلاد فإن أراد المذيع أن يبين لمستمعيه موقعها الجغرافي فلن تنبىء عنه مئات الكلمات مثلما تفعل خريطة مرسومة في كتاب أو صحيفة، والمثل الصيني يقول: «صورة واحدة تعادل عشرة آلاف كلمة!» وبالطبع في إمكان التليفزيون تقديم هذه الخريطة، ولكن للحظات، فسرعان ما تختفي من أمام الناظر الى شاشته.

وهناك حقيقة اخرى لاينبغي إغفالها، وهي أن الاستماع الى الاذاعة لايظفر بالانتباه والتركيز اللذين تظفر بهما الصحيفة أو الكتاب من قارئه، إذْ غالباً ما يكون الاستماع عرضياً «بأذن واحدة»، لأن المستمع يشغل نفسه عادة بأعمال أخرى، وقد تصبح الأصوات الصادرة من «الراديو» مجرد خلفية تؤنس الوحدة. ومع ذلك فهذا الضعف ميزة تتمتع بها الاذاعة، لأن فرصة التعرض لسماع الأخبار من الأذاعة أكبر بكثير من قراءتها في الصحف عن طريق برامج «أقوال الصحف»

التي تذاع من جميع الاذاعات، فتصل هذه الأقوال بسهولة الى المناطق التي قد يتأخر أو يتعذر وصول الصحف اليها: إما بسبب تعذر النقل أو بسبب المنع: فمثلاً عندما كانت الحكومة العراقية تمنع دخول صحيفة الأهرام المصرية الى العراق حتى لايقرأ الشعب العراقي مقالات رئيس تحريرها كانت هذه المقالات تسمع في برنامج « الصحافة العربية الذي يذاع في الساعة الثامنة والدقيقة الخامسة والأربعين من مساء اليوم نفسه من إذاعة صوت العرب» ويذاع المقال نفسه أيضاً قبل ذلك الوقت في الساعة الرابعة بعد الظهر من البرنامج العام وإن كان هذا الموعد لايسمع بوضوح في الدول العربية نظراً لتأثر الموجات الأثيرية بظهور الشمس، وتتحسن حالة الاستقبال في هذه المناطق بعد غروب الشمس.

وتستخدم الاذاعة وقت الحرب لتوصيل التعليمات الى الوحدات المقاتلة.

ففي الثامن من يونيو سنة ١٩٦٧ أذاعت القيادة العليا للجيش المصري النداء التالي الى بعض وحداتها المقاتلة: « الى جلال وحلمي: عودا الى قواعدكما » وكرر هذا النداء عدة مرات.

وفي حرب السادس من أكتوبر سنة ١٩٧٣ استُخدمت الاذاعة لتوجيه النداءات للمقاتلين: ومن أمثلة تلك النداءات ما أذيع من إذاعة «صوت العرب» يوم السادس عشر من أكتوبر سنة ١٩٧٣: «من قيادة الأرض المحتلة الى كامل العنصي، الى نزار «أبو فرخ»، الى فهيم أبو غزالة: ، الشمس مشرقة حطموا الاغلال»، ومن دمشق الى صلاح الدين: ، نفذ الخطة ٥٧ قيادة الأرض المحتلة».

وطبقاً لبحوث الميدانية التي أجريت عن الاستماع الاذاعي تنتشر أجهزة الاستماع الاذاعي في مصر الى حد امتلاك ثماني عشرة أسرة من كل عشر أسر أجهزة استماع، كما يبلغ نسبة أجهزة الاستماع الاذاعي ٦٢٪ وفي الصعيد أجرى استفتاء على مستمعي الاذاعة في ثلاث محافظات هي أسوان وسوهاج وقنا، فتبين أن دخول التليفزيون الى مدن الصعيد لم يؤثر على درجة الاستماع للاذاعة إلا بنسبة ٥٪، ويستمع المواطن في المتوسط لمدى ساعتين يومياً تقريباً تزيد الى نحو ثلاث ساعات في أيام العطلات، وتزيد نسبة المستمعين الى برامج الاذاعة على ٩٠٪ بين من يبلغون الخامسة عشرة

من العمر أو أكثر في حين لاتزيد أجهزة التليفزيون في مصر عن ستمائة ألف جهاز، كما أن الارسال التليفزيوني لايغطي إلا مساحات محدودة من البلاد.

وتتوفر للاذاعة وحدها فرصة السبق الاخباري على وسائل الاعلام: فالارسال الاذاعي متصل على مدار اليوم، فيبدأ من الخامسة صباحاً الى الثانية والنصف من صباح اليون التالي ولاتحتاج إذاعة خبر ما إذا استثنينا ظروف الرقابة لأكثر من قطع البرنامج وفتح الميكرفون على الهواء لاذاعته في اللحظة ذاتها، والأمر كذلك بالنسبة للتليفزيون إلا ان الارسال التليفزيوني لايبدأ قبل الخامسة مساء وينتهي في الحادية عشرة والنصف قبل منتصف الليل. أما بالنسبة للصحيفة فإذا أصدرت ملحقاً من أجل خبر هام فتحتاج الى مالايقل عن ساعتين.

وإذا ألقينا نظرة على الاعداد الهائلة من محطات الارسال الاذاعي في العالم سنة ١٩٧٢ وجدناها تبلغ ١٢٤٨٨ محطة مقسمة كالآتي:

نوع الموجة	عدد محطات الارسال
طويلة	
ومتوسطة	٨٦٧٩
قصيرة	٣٨٠٩
المجموع	١٢٤٨٨

واذا ما وضع في الاعتبار تسابق الدول على إقامة هذه المحطات وتقويتها وعد ساعات الارسال اليومي في كل بلد، وتبلغ في مصر أكثر من مائة وثمانين ساعة، واللغات المستخدمة، وهي في مصر ست وثلاثون لغة، وتزايد عدد جهزة الاستقبال الاذاعي في كل مكان يوماً بعد يوم، وخاصة جهاز الترانزستور الذي تغرق به اليابان الأسواق العالمية ـ تبينا بوضوح مدى ما وصلت اليه هذه الوسيلة من قوة وفاعلية في عالم تنتشر فيه الأمية لمن هم فوق الرابعة عشرة بنسبة ٤٠٪.

الارســـال الاذاعي
عن طــريق الأقمــار الصناعية

وسوف تبلغ الاذاعة ذروة أهميتها ونحن على أبواب عصر اتصال الفضاء، وتعد الأقمار الصناعية قمة في تكنولوجيا الاتصال وثورة في المجال الاخبـاري: فعن طريقها يتسع مدى الاتصال مكانياً، ويقل هذا المدى زمانياً، إذْ تعمل هذه الأقمار في مدارات حول الأرض تبعد عنها بنحو خمسة وعشرين ألف ميل، وتستـطيع إذاعات الدول المستخدمة لهذه الأقمار الصناعية نقل الأخبار الحية حول العالم في ثوان معدودة، كما تستطيع محطات الأستقبال الأرضية لهذه الدول نقل الأحداث العالمية فورياً عن طريق الصوت والصورة.

ومثال قريب: زيارة الرئيس أنور السادات للقدس وخطابه في الكنيست في نوفمبر ١٩٧٧.

والجدير بالذكر أن نقل الأحداث عن طريق الأقمار الصناعية لايستخدم للأغراض الاذاعية إلا في القليل النادر، وفي نقل الأحداث الخاصة والهامة جداً لأرتفاع تعريفة الاتصال الفضائية.

والمعروف أنه حتى الآن يتم التحكم في إرسال الأقمار الصناعية عن طريق المحطات الأرضية التي تعمل وسيطاً بين هذا الأرسال ومستقبليه من مستمعين ومشاهدين بحيث تتم هذه العملية انتقائياً وفق ما يراه المهيمنون على هذه المحطات مناسباً للجمهور الذي يوجه له الأرسال، غير أنه من المتوقع خلال الخمسة أعوام القادمة أن تصبح الأقمار الصناعية من القوة بحيث يستطيع الفرد العادي التقاط إرسالها عن طريق أجهزة «الاستقبال الترانزستور القمرية» مباشرة وعن طريق المحطات الأرضية. وتقوم اليابان الآن بإجراء التجارب حول إمكان إنتاج هذه الأجهزة، ويتوقع أن تغمر الأسواق بكميات مهولة في وقت قريب.

وكما هو معروف فإن حركة الأخبار العالمية تسيطر

عليها مراكز الأخبار الرئيسية في العالم مثل نيويورك ولندن وموسكو وباريس، وكل منها يعمل كمركز لجمع وتوزيع الأخبار الخاصة بالدول المتقدمة وبالدول النامية أيضاً، ومعظم هذه الدول الأخيرة لاتملك الوسائل ولاالمقدرة الفنية على توصيل أخبارها لتتيح نقلاً متبادلاً للأخبار من هذه الدول وإليها، وبذلك تنقل هذه الأخبار في إطار دلالي غير إطارها الحقيقي، ومن وجهات نظر بعيدة كل البعد عن مشاكل هذه المناطق النامية، فلا ينشر عن الهند مثلاً إلا الأخبار المسلية للقارىء الغربي مثل: زواج الأطفال ونظام المنبوذين وتقديس الأبقار، ولايذكر شيء عن تقدم البلاد ونهضتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية: وفيما عدا الأخبار الكبرى كحرب فيتنام ومشكلة الشرق الأوسط ـ لاتهتم الاحتكارات الاعلامية بأحداث الدول النامية اللهم إلا خبر سقوط طائرة أو صدام سيارة وقطار أو خبر طريف يضحك له الجمهور في الدول المتقدمة لغرابته.

ومما يذكر هنا أن أجهزة الاستقبال القمرية هذه على الرغم مما ستتيحه من فرص تبادل الأخبار الآتي من

جميع أنحاء العالم وما تضيفه هذه الفـرص من أبعاد جديدة الى حياة الانسان وخبراته وخاصة في الـدول النامية، فإن هناك وجهاً آخر لهذه الصورة المشرقة وهو الخطورة التي تهدد المجتمعات النامية بخبراتها القليلة حين تتلقى فيضاً من المـواد الاخباريـة، لأن قدرتهـا المحدودة على تمييز الأخبار الهامة من غير الهامة والأخبار المناسبة من غير المناسبة بالاضافة الى فرص تعرض هذه المجتمعـات الى دعايـات مغرضـة وضغـوط سيـاسيـة واقتصادية مختلفة ـ قد تشكل تهديـداً للتقدم في هـذه الدول، وعنصراً معوقاً أمام فهم الجماهير للأخبار بدلاً من أن يكـون عنصراً مسـاعداً، وبهـذا تصبح هـذه الأجهزة سلاحاً ذا حدين يرى بعض الاعلاميين فيها الضرر أكثر من النفع!

معوقات الأرسال الاذاعي

والاعلام الاذاعي ليس عملية بسيطة ومباشرة: بمعنى أنها تحدث أثرها في الجماهير بطريقة تشبه إطلاق النار على شخص لإصابته، فالاتصال الاذاعي يتم من طرف واحد وسط سلسلة من الظروف المختلفة التي قد تحول دون وصول الرسالة الاعلامية الى المستمع بالصورة المرجوة، فالمرسل هنا يخاطب أفراداً لايعرفهم ولايعرفونه، ولايستطيع أن يتلقى منهم ما يفيد استقبالهم وتقلبهم لرسالته، ولقد أثبتت الدراسات أن الصورة التي يعتنقها الاعلامي عن الجمهور الذي يخاطبه تؤثر على الطريقة التي ينظم بها مادته، وإذا كان المرسل يختار الفئة التي يوجه إليها رسالته فإن هذه الفئة بدورها ترفض وتختار ما تشاء من هذه الرسالة، وليس هناك من وسيلة لمعرفة ردود فعل المستمعين وهم الهدف الأول والأخير للاذاعة وطريقة تقلبهم للرسالة المسموعة

إلا عن طريق بحوث المستمعين، وهو نظام تأخذ به جميع الاذاعات المتقدمة لايجاد تفاعل مستمر بينها وبين سامعيها.

ومعوقات الاتصال كثيرة ومتعددة منها:

١ ـ الأسباب الفنية:

وتنتج عن ضعف الارسال أو تداخل الموجات أو سوء الاستقبال الناتج عن العوامل الجوية، كما هو الحال في مناطق الصحراء الشرقية والغربية وساحل البحر الأحمر ومعظم صعيد مصر جنوب أسيوط حيث لاتسمع الاذاعة المصرية على الموجات المتوسطة في الفترة من بعد ظهور الشمس بنحو ساعة الى ما قبل غروبها بساعة، وذلك بسبب تأثر انتشار الموجة الشديدة لظهور الشمس التي تمتص الموجات السماوية الأثيرية امتصاصاً شبه كامل في المناطق الصحراوية كلما بعدنا عن مركز الارسال.

ومن الممكن الوصول إذاعياً الى هذه المناطق عن طريق الموجة القصيرة إلا أنه من المتعذر على المستمع العادي استقبال الارسال على هذه الموجة لما تحتاج اليه

من جهاز استقبال جيد وهوائي ثابت وضبط للمحطة بالاضافة الى كثرة تعدد المحطات على ميناء جهاز الاستقبال، مما يتعذر معه على المستمع العادي التقاط المحطات بوضوح، غير أنه بالإمكان تغطية هذه المناطق «غير المستهدفة» إذاعياً عن طريق إنشاء محطات صغيرة لنقل الارسال عن طريق الخطوط التلفونية في كل تجمع سكاني لايقل عن عشرة آلاف نسمة، وأعتقد أن الدولة الآن في سبيل تحقيق ذلك.

٢ ـ التشويش:

والتشويش نوعان: النوع الأول هو ما ينتج عن أي تداخل صوتي مع الرسالة المذاعة مثل: رنين جرس أو صياح طفل وما الى ذلك.

والنوع الآخر هو ما تلجأ إليه الحكومات لمنع مواطنيها من الاستماع الى الاذاعات المعادية، وهذه الحالة لاتنطبق بالطبع على الاذاعات المحلية في الداخل، ولكنها تنطبق عليها إذا تعذر على المواطنين الموجودين في الخارج الاستماعُ الى إذاعاتهم الوطنية للأسباب المذكورة. ونظراً لما للإذاعات السرية أو

العلنية المعادية من أثر كبير في بلبلة الأفكار وتحطيم الروح المعنوية للأفراد، وخاصة عن طريق الأخبار - فقد عمدت الدول الى منع الاستماع الى هذه الاذاعات بشتى الطرق: كالتشويش أو صنع أجهزة الاستقبال ذات الموجة المتوسطة فقط، حتى لاتسمع غير البرامج المحلية أو عن طريق استخدام الاذاعة السلكية كما كان يفعل الاتحاد السوفيتي حتى بعد الحرب العالمية الثانية.

ومن هذه الطرق أيضاً تحريم بيع الأجهزة ذات الموجة القصيرة، كما كانت تفعل ألمانيا واليابان خلال الحرب العالمية الثانية أيضاً. وبالرغم من هذا التحريم الذي كانت مخالفته تعد جريمة عقوبتها الاعدام كانت المحطات الأجنبية تسمع بشغف في الخفاء!

ويقال: إن أول تشويش إذاعي في العالم حدث سنة ١٩٣٤ عندما وضعت حكومة النمسا صفارة قوية على الموجة التي تذيع عليها محطة الاذاعة الألمانية، لتمنع الدعاية النازية من الوصول الى الأراضي النمساوية! وبالرغم من إدانة الأمم المتحدة للتشويش الاذاعي فقد اعتبرت بعض الدول مثل بولندا «أن لكل دولة الحق

المطلق في حماية نفسها ضد هذا النوع من الاعتداء مثل حقها في منع تهريب الأفيون وبيع كتب الدعارة والتهريب عن طريق الأشخاص! ».

والمعروف أن الاتحاد السوفيتي من أكثر البلاد استخداماً للتشويش الاذاعي ويقال: إن الاتحاد السوفيتي أنشأ سنة ١٩٤٩ ألف محطة للتشويش الاذاعي! ويرى بعض الناس في التشويش عملية هدامة سواء من الناحية المعنوية أو من الناحية المادية، وهم يعتقدون عدم جدواها، لأن محطات التشويش غالباً لاتستطيع تغطية جميع المناطق المستهدفة!

ويرى هؤلاء أيضاً أن التشويش يحرم الفردَ حقَّ تلقي المعلومات، كما يثير الشكوك ويساعد على تناقل ما يمكن الاستماع اليه من الاذاعات المعرضة للتشويش، وغالباً ما تكون دعايات مسمومة من الأفضل الرد عليها عن طريق تبصير الشعب بالحقائق وتحصينه بالأخبار الصحيحة.

كما أن عملية التشويش تحتاج الى موجات قصيرة ذات قدرة عالية، وهي بذلك تقلل من عدد الموجات

المتاحة للارسال على الموجة القصيرة من الأفضل لو استخدمت لتقوية الارسال.

يضاف الى كل هذا التكلفة الباهظة التي تتطلبها محطات التشويش، إذْ تبلغ تكاليف إنشاء المحطة الواحدة منها ما يعادل تكاليف إنشاء محطة للارسال!

٣ ـ العوامل الاقتصادية:

وهي المتمثلة في عدم مقدرة الفرد على شراء جهاز الاستقبال، أو العجز عن دفع رسوم الحيازة. وتعمل الحكومات جاهدة على تخفيض أسعار أجهزة الاستقبال كما يقوم بعضها بإلغاء رسوم الحيازة، وقد ألغيت هذه الرسوم في مصر وقدرها جنيه ومائتا مليم عن كل جهاز استقبال في السنة بموجب القانون **١١٢** لسنة **١٩٦٠** واستبدل به القانون رقم ٧٧ لسنة **١٩٦٨** رسوم الحيازة بفرض رسم على كل مستهلك لتيار كهربي قدره مليمان عن الكيلوات في الساعة في دائرة محافظتي القاهرة والاسكندرية ومدينة الجيزة، ومليم واحد في سائر أنحاء الجمهورية.

٤ ـ الرقابة :

وتُفرض على ما يذاع من أخبار في وقت الحرب في جميع البلاد تقريباً، كما تفرض في وقت السلم في البلاد التي تتبع النظام الشيوعي في الاعلام.

٥ ـ اللغة :

لقد خص الله الانسان دون سائر الكائنات الحية بخاصية استخدام الرموز أو الكلمات للتعبير عن مكونات نفسه وما قوله تعالى: ﴿ وعلّم آدم الأسماء كلها ﴾[١]، إلا تأكيد لقيمة اللغة في حياة الانسان، فاللغة هي الوسيلة الأولى لبناء المجتمعات، ولايمكن وجود أي مجتمع إنساني دون لغة: أي دون الوسيلة الرئيسية للتفاهم والتعاون بين أفراده. والكلمة المذاعة هي أهم الكلمات وأخطرها، فعن طريقها يصبح الاعلام مشاعاً، ليصل الى جميع المواطنين في أي مكان وأي زمان! غير أن الكلمة المذاعة سرعان ما تتبدد في الهواء ولايمكن الرجوع لها إلا إذا كانت مسجلة.

ومن هنا جاء اهتمام الاعلاميين بالألفاظ التي يستطيع المستقبلُ فهمها والتجاوب معها، والعامل

الأساسي لنجاح أي رسالة إعلامية هو التشابه والمشاركة في الخبرات والأفكار بين كل من المرسل والمستقبل، ومن هنا كانت صعوبة التفاهم بين شخصين يتكلمان لغتين مختلفتين أو ينطقان بلهجتين متباينتين! كما ينتج سوء الفهم أيضاً عند استخدام لغة واحدة في مستويات مختلفة، فالارتفاع فوق مستوى المستقبل أو الهبوط الشديد دون مستواه يفسد عملية التفاهم، فالشخص العادي مثلاً لايستطيع فهم لغة العالم كأنشتاين مثلا كما أن المستمع لايستسيغ الاسفاف في اللغة، وهذا وذاك يؤديان الى إنصرافه عن مواصلة الاستماع. وكلما كانت الكلمة المذاعة سهلة وواضحة أمكن إدراك معناها.

وأفضل وسيلة للوصول للناس إنما هي مخاطبتهم باللغة التي يفهمونها أكثر من غيرها، والاذاعي الناجح هو الذي يعرف تمام المعرفة الفلسفة الفكرية لبلده محيطاً تمام الاحاطة بمُثل وتقاليد أبناء وطنه، حريصاً كل الحرص على احترام هذه الدلالات.

والمعاني ليست في الكلمات المجردة، ولكنها في داخل الشخص الذي يستعمل هذه الكلمات، وهذا يتطلب أن تكون الكلمة وهذا يتطلب أن تكون الكلمة

المذاعة بسيطة قدر بساطة المستمع واضحة وضوحاً يساعد على حسن إدراكها، حتى لاينشغل المستمع عن متابعة ما يذاع بالبحث عن المعاني.

وما اللغة أولاً وأخيراً إلا مرآة تعكس ظروف المجتمع الذي تعيش فيه، وتصور أحداثه، وتسجل قيمه ومُثله، ومن ثم يأتي الكلام على وجه تسود فيه روح العصر مطابقاً لمقتضياته من حيث الصياغة والألفاظ والمعاني. وما قول الزعيم الهندي جواهر لال نهرو: «إذا أردت أن تقنع شعباً فعليك أن تخاطبه ليس فقط لغة لسانه، ولكن بلغة عقله وفكره» - إلا تأكيد «لذلك».

٦ - العوامل الاختيارية:

وأهمها فتح الجهاز وإغلاقه، وهذه العوامل تتأثر بموعد تقديم المادة، وكثيراً ما يقال: إن الفترة الزمنية التي يقدم فيها البرنامج أكثر أهمية من المضمون، كما تتأثر هذه العوامل أيضاً بما يقدم في الوقت نفسه من برامج في خدمات أخرى، بل بما يسبق هذه المادة أو يعقبها من برامج محبوبة أو مكروهة، كما قد يؤثر

عـلى التشجيع عـلى الاستماع أيضـاً صوت الشخص الذي يذيع وطريقة إلقائه. ومع هذا يجب أن نضع في اعتبارنا أن حوالي ٧٥٪ من المستمعين يفعلون شيئاً آخر وهم يستمعون.

كل هذا ينبه لحقيقة ثابتة اليوم في جميع إذاعات العالم، وهي أن برامـج الاذاعة تـوقيتها ومـوضوعهـا وأسلوبها وطريقة عرضهـا ـ تبنى على العلم والـدراسة لتحقيق الهـدف الذي تسعى إليـه كل إذاعـة، وهـو استمرار العلاقة الايجابيـة بينها وبـين الجمهور لـزيادة أعداد المستمعين باستمرار والاحتفاظ بثقتهم، والمستمع يود دائماً أن يجني أكبر قدر من الفائدة نظير أقل ما يبذل من مجهود!

أهداف الاذاعة

والاذاعة كوسيلة إعلام تُعد فناً من الفنون التطبيقية يقصد لهدف، وليست فناً جمالياً يقصد لذاته كالفنون الجميلة.

وغاية الاذاعة هنا الاتصال بالجماهير لتحقيق أهدافها الاعلامية، ونحددها في أهداف ستة هي:

١ ـ الأخبار

٢ ـ التفسير

٣ ـ التوجيه

٤ ـ التثقيف

٥ ـ الترفيه

٦ ـ الاعلان

١ ـ الإخبار :

ويقصد به تزويد المستمعين بالأخبار الداخلية والخارجية التي تهمهم وتهم بلادهم : فأظهر صفة من صفات الانسان هي حب الاستطلاع لمعرفة الأخبار والاطمئنان الى البيئة والتعرف الى الأشخاص الآخرين، وخاصة في هذا العصر الذي نعيش فيه والذي أصبحت مقدرات الناس واحتياجاتهم تتوقف على أشخاص آخرين.

وغني عن البيان أن هذه الوظيفة الاخبارية تتحقق عن طريق نقل الأخبار فورياً بوضوح وصراحة ودقة وموضوعية وذكر مصادر هذه الأخبار والالتزام بمعايير الصدق والأمانة والنزاهة.

وهذا مبني على مايقال من أن « الرأي حر، أما الخبر فهو مقدس في موضوعيته » على أن يتم كل هذا في الإطار الاهتمامات والاحتياجات الأساسية للجماهير.

وقد أثبت بعض الباحثين أهمية الأخبار في حياة

الانسان عن طريق دراسة مدى ما يعانيه الناس من « وحدة وعدم اطمئنان » في غياب الأخبار وقد عبر أحد الذين أجرِىَ معهم البحث بقوله: « إنني أشعـر وقد انقطعت عني الأخبار بأنني قد فقدت صديقـاً عزيـزاً لدي! ».

ويجمع كثير من المفكرين على أن المهمة الاخبارية لـلاذاعة تعـد المهمة الـرئيسية بـالدرجـة الأولى، لأن التليفزيون قد أخذ على عاتقه المهمة الترفيهية كوظيفة أسـاسية، وتـرك للاذاعـة المهمة الاخبـارية بـالدرجـة الأولى، فإذا كانت الطباعة قد أعطت الجماهير القراءة والتعليم فقد أعطت الاذاعة الملايين الإخبار الفوري، ومما يؤكد هـذه الأهمية أن بعض الشبكـات الاذاعية الكبرى في أمريكا أقامت محطات إذاعية تابعة لها في بعض المـدن الأمريكية مثل شيكاغو ونيويورك وغيرهما لإذاعة الأخبار والاعلانات فقط، أما الخدمة الاذاعية « نتاليرت » Netalert التابعة لإذاعة كولمبيا فتقطع براجمها في أي لحظة يرد فيها أي خبر لإذاعته، وتأخذ بعض المحطات الاذاعية العالمية بنظام الموجز المنتظم الـذي يقدم كل ساعة بجانب نشرات أخبارها العادية: كإذاعة

صوت أمريكا والاذاعة اللبنانية والاذاعة الاسرائيلية العبرية.

وفي مصر تأخذ إذاعة الشرق الأوسط بنظام الموجز المنتظم كل ساعة خلال فترات إرسالها، ولكن مع الأسف أن هذا الموجز لايحقق الغرض الذي من أجله اتبع هذا النظام، وهو تقديم الأخبار الجديدة أولا بأول، فلقد تبين عن طريق التحليل المضمون لعينة من النشرات التي تذاع في مختلف الخدمات أن الأخبار الرئيسية والهامة لاتذاع في أي من الخدمات الاذاعية قبل إذاعتها أولا من البرنامج العام.

وفي مصر أيضاً تتوفر للاذاعة وحدها فرصة السبق الاخباري على سائر وسائل الاعلام الأخرى نظراً لكون الارسال متصلاً على مدار اليوم كما سبق أن قلنا، وتنفرد إذاعة البرنامج العام في مصر بخاصية قطع البرامج لإذاعة خبر هام، وقد تشاركها إذاعة صوت العرب في هذا السبق في بعض الأحيان عندما يكون الخبر المذاع له أهميته عربية، ويلاحظ الطابع السياسي على مثل هذه الأخبار.

ومما لاشك فيـه أن الأخبار التي تنقلهـا الاذاعة المصـريـة ـ وهي ملك للدولـة ـ صحيحـة مستقـاة من مصادر مسئولة، ونادراً ما يذاع خبـر محرف أو غـير صحيح، ولذلك فالمستمع لديه ثقة تامة بما يذاع بعكس ما قد ينشر في الصحف أو في وسائل الاعلام الأخرى، وهذه الثقة تجعل الاذاعة المصرية لها من القوة والتأثير ما ليس لغيرها من الوسائل، فتستطيع بذلك أن تسهم أكبر مساهمة في التوجيه السياسي والاقتصادي والثقافي والاجتماعي عن طريق برامجها المختلفـة بصفة عـامة ومادتها الاخبارية بصفة خاصة، وفق خطة مدروسة تبنى على الأهداف الداخلية والخارجية المراد تحقيقها في جميع المجالات، فإن أعظم قوة في العالم اليوم ليست قـوة الكهرباء ولاقوة الطاقة الذريـة أو صواريـخ الفضاء، ولكنهـا قوة التـأثير وإقنـاع الانسـان لـلانسـان بقـول الصدق.

ولهذا تكون أهمية الاذاعة جلية واضحة في الأزمات والحروب حيث يلجأ الناس للاذاعـة كمصدر فـوري للحصول على آخـر التطورات ولتعـويضهم عن عدم الاشتـراك الفعـلي في الأحــداث ومشـاهــدتهم لهـذه

الأحداث، بالأضافة الى ما للاذاعة من قدرة على إحياء الشعور العام وتجميع الجماهير حول هدف واحد هو الوطن. ولأن تأثير الاذاعة في نفسية الجماهير أمضى وأخطر وقت الحرب من وقت السلم تُعد الاذاعة الجبهة الرابعة في الحرب بجانب الجبهات الثلاث الأرض والجو والبحر.

ولهذا عندما عقد الألمان هدنة مع فرنسا في أثناء الحرب العالمية الثانية سمحوا لها بالاحتفاظ بأسطولها، واشترطوا إسكات محطات إرسالها!

ومثال آخر ما حاولته دول العدوان الثلاثي سنة **١٩٥٦** من إسكات صوت الاذاعـة المصريـة بضرب محطات أبي زعبل، ولقد باءت محاولاتها بالفشل.

٢ ـ التفسير:

لقد أدى التطور السريع لضروب المعرفة في شتى الميادين الى تعقيد المجتمع بحيث أصبح ما يجري فيه غير مفهوم للانسان العادي، كما أصبح الفرد في هذا المجتمع الحديث لايملك من الوقت أو الجهد أو المال أو

العلم ما يمكنه من فهم المدلولات الدقيقة لجميع المعارف التي هي بعيدة كل البعد عن تجاربه المباشرة، ومن هنا أصبح لزاماً على رجل الاعلام عن طريق الشرح والتفسير سد الهوة السحيقة بين الخبير والانسان العادي، فالمهم ليس سماع الأخبار فقط، ولكن فهمها أيضاً، ومن أجل تحقيق هذه المهمة يتعين على الاذاعة استخدام المحرر المتخصص في شتى ضروب المعرفة حتى لايؤدي التوجيه المستمر الى بلبلة أفكار المستمع، وكذلك للتقريب بين المتخصص ورجل الشارع، حتى تتخلص الأحداث من تجردها والأخبار من تعقدها والمعلومات من صعوبتها.

ومن هنا تأخذ الاذاعات بمبدأ المندوب الاخباري المتخصص الذي يستطيع المزج بين المعرفة العلمية والمعالجة الاعلامية، لكي يعرض العمل الأصلي بعبارات سهلة مبسطة.

فالمواطن « الذي يعيش في حيز صغير من المكان على سطح الأرض، ويتحرك في دائرة محدودة ولايعرف إلا عدداً قليلاً من الناس، ولايدرك من الأحداث إلا

بعض زواياها دون أن يعرف الزوايا الأخرى ـ عليه في المجتمع الديمقراطي ـ أن يشارك بالرأي حول مشكلات سياسية واجتماعية وثقافية تغطي أكبر مما يعيش مكاناً وزماناً، ويتناول من الموضوعات أكثر مما تمكنه ملاحظته شخصياً معتمداً في ذلك على ماتمده الاذاعة وأجهزة الاعلام الأخرى من رؤى وأخيلة ونماذج وأنماط ».

فالإذاعة مسئولة عن تقديم المعلومات الى الجماهير بصورة مبسطة وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة وبلغة سهلة ميسرة لكي تضمن مشاركة جماهير الناس في مناقشتها، وعلى الاذاعي من خلال التفسير أن يوقظ المستمع، ويثير انتباهه، ويهيء ذهنه للفهم، ليشارك في عصره.

٣ ـ التوجيه:

والتوجيه والارشاد لايعني الخطب المنبرية ـ المقالات البلاغية، بل يعني نقل الرأي المعتمد على الدليل والبرهان والحقائق والأرقام في لغة سهلة مبسطة، وهذا له من القوة والتأثير ما لايمكن أن يكون للألفاظ الضخمة الرنانة.

إن مهمة التوجيه والارشاد ـ وخاصة في المجتمعات النامية بالدرجة الأولى ـ في المجال السياسي والاقتصادي للأخذ بيد الجماهير لتبني مقدراتها ولتعلمها حقوقها ولترشدها الى واجباتها. وهذه المهمة تعد أخطر ما تقوم به الاذاعة، لأنها تحمل وجهة نظر الحكومة (وهي المشرفة على الاذاعة) في شتى القضايا الداخلية والخارجية وغالباً ما تستعين الاذاعة بكبار المعلقين السياسيين والشخصيات البارزة للقيام بهذه المهمة. ولاشك أنها مهمة صعبة ودقيقة، ولهذا يقال: إن القدرة على توجيه الأخبار وجهة معينة هي القدرة على حرمان الجمهور من أن تصل اليه المادة التي يستطيع بها أن يكون رأياً في كل مشكلة.

غير أن مهمة التوجيه لاتقتصر فقط على المجال السياسي وحده، بل تتعداه الى جميع نواحي الحياة، فتقدم للجمهور التوجيهات الأدبية بالنسبة لقراءة الكتب والمقالات الجديدة، وكذلك توجيهات فنية بالنسبة للمسرح والفن والموسيقى والرياضة، كما تقدم للطفل الأخبار والمعلومات والقصص والتسلية.

٤ ـ التثقيف:

الثقافة غذاء روحي لايقل أهمية عن الطعام، لكي يستطيع المرء أن يعيش عصره متأثراً به ومؤثراً فيه، ولقد أصبحت الاذاعة من أهم وسائل التثقيف التي في متناول الجماهير، لما لها من قدرة على التأثير في حياة الناس وطرق معيشتهم بوجه عام، وهذا التأثير يزداد خطورة كلما كانت البيئة قليلة الحظ من الثقافة والتعليم.

والاذاعة سجل نابض بالحياة، وانعكاس لثقافة الأمة، وتصوير لأطارها الثقافي والاجتماعي: بمعنى أننا لو أجرينا تحليلاً دقيقاً لمضمون ما تقدمه إذاعة ما من مواد لوجدنا أنها تعبير صادق عما في هذه الأمة من قيم ومبادىء وعادات وتقاليد.

وتقوم الاذاعة ببث الأفكار والقيم والمعلومات التي تحافظ على ثقافة المجتمع، وتساعد على تنشئة أفراده وتوعيتهم بالسياسات والاجراءات لاعداد المواطن للعمل في الحرب والسلم على السواء من خلال برامجها الثقافية، سواء من خلال برامجها الواقعية من خبر

وتعليق وتفسير وحوار وندوة وبرامج تسجيلية، أو من خلال برامجها الخيالية كالقصة والتمثيلية والمسرحية وخلافها.

كل هذا يوسع مجال الحديث والمشاركة بين الجماهير في جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما يؤدي الى خلق الجو الحضاري الملائم للتقدم والنهضة.

٥ ـ الترفيه:

يرى المفكرون أن الترفيه هدف أساسي من أهداف وسائل الاعلام بوجه عام، كما يرون أن ألوان المتعة القصصية قد أثرت على الجوانب الاخبارية والاعلامية نفسها لدرجة أن الاحداث السياسية أصبحت تقدم بطريقة درامية، وكذلك تطورت أساليب الكتابة الاعلامية، لتروي أخبار السياسة والفضاء والحرب والسلام بطريقة إنسانية تقرب من القصص الفنية أو الأدب.

ولاشك أن الترفيه ضرورة تمكن الفرد من مواجهة أعباء الحياة في العصر الحديث، فمن خلال الفن

والترفيه يمكن الانسان أن يتقمص الشخصيات ويمر بالكثير من التجارب والخبرات، مما يؤدي الى الشعور بالراحة النفسية، فالتخيل وتقمص الشخصيات الوهمية - كما يقول فرويد - يسرِّي عن النفس، ويخفف من التوتر، ويطلق النزعات المكبوتة.

غير أن الترفيه لاينبغي أن ينحط الى مستوى الاسفاف الخطير على نفسية المستمع وقواه العقلية، مما قد يؤدي الى تمزيق وحدة الشعب والقضاء على روحه المعنوية! وخير أنواع الترفيه ما يحمل من معان وأخيلة سامية ترتقي بالمستمع، وتسمو به: كالموسيقى الراقية والأغاني ذات المعاني السامية.

وهنا أيضاً البرامج الرياضية والتمثيليات وبرامج المنوعات التي تجمع بين الفكاهة وغيرها من مواد التسلية السابق ذكرها.

حقيقة أن الترفيه عن الناس وتسليتهم ليسا بالأمر اليسير وخاصة أن جماهير الاذاعة واسعة ومتباينة في الذوق والثقافة إلا أنه مما لاشك فيه أن المجال يتسع في الخدمات الاذاعية المختلفة ومن خلال تنوع البرامج

لتقديم الترفيه لجميع الفئات اعتباراً من المثقف الذي ينشد الاسترخاء في الأوبرا الاذاعية أو في البرامج العلمية الى أبسط البسطاء الذي يستعذب الأغاني والمأثورات الشعبية، ولهذا نجد أن نسبة الترفيه ترتفع دائماً في برامج الإذاعة، لتشكل حوالي ٥٠٪ من مجموع ما يقدم من برامج تثقيفية أو برامج إخبارية لاتتجاوز الواحدة منها ١٥٪ من مجموع ما يقدم من برامج: ويقول الاذاعيون المحنكون: إن الترفيه الذي تقدمه الاذاعة لجمهورها ماهو إلا الشهي لوجبة أدسم قوامها التثقيف والإخبار!

٦ ـ الإعلان والتسويق:

الإعلان هو الهدف الأخير من أهداف الاذاعة.

والإعلان معروف منذ القدم حتى قبل اختراع وسائل الاعلام، فقد اكتشفت بردية قديمة في طيبة وعليها إعلان يقول: إن عبداً اسمه «شيم» قد هرب من سيده الطيب «هابو» وهو يرجو من يجده أن يعيده الى سيده «هابو» الخياط الذي يفصل أرقى الملابس على حسب رغباتك! وسيحصل من يرشد عن العبد على قطعة ذهبية مكافأة له!».

أما الاعلان التجاري الحديث فقد عرف في أعقاب الثورة الصناعية، وأدى الى انتشاره اختراع الطباعة وظهور الصحف بهدف تصريف الانتاج. والطريف أيضاً أنه قبل استخدام الآلة وزيادة الانتاج كان المستهلك وليس المنتج هو الذي يعلن عن السلعة التي يرغب في شرائها، فقد نشر إعلان في إحدى الصحف في القرن السادس عشر يقول:

« يرغب السيد جون في شراء قطعة قماش من الصوف الانجليزي الفاخر فمن لديه الصنف فليتقدم الى العنوان التالي. . . ! ».

أما بالنسبة للاعلان الاذاعي فقد عرفته الاذاعات الأهلية التي أقامها تجار وأجهزة الراديو في العشرينيات في مصر للترويج لتجارتهم ولتحقيق الربح المادي عن طريق إذاعة الاعلانات التجارية كما سبق أن ذكرنا في أوائل هذا الكتاب.

والجدير بالذكر أن الاذاعات الأهلية أو الاذاعات المملوكة للصحف أو للشبكات الاذاعية الكبيرة كما هو الحال في أمريكا تعيش على الاعلان، شأنها في ذلك

شأن الصحف، إذْ يشكل الاعلان الجزء الأكبر من مواردها.

أما الاذاعات الرسمية أو المملوكة للدولة فقلما تعتمد على الاعلان التجاري إذْ تقوم الحكومات بالانفاق عليها، وتعتبر ناطقة باسم هذه الحكومات، ولهذا نجد الاعلان الحكومي أو البيانات والنشرات الرسمية هما المسموح باذاعتها فقط في مثل هذه الاذاعات، وبالطبع لاتتقاضى الاذاعات أي ثمن عن هذه الاعلانات وهي غالباً ما تذاع ضمن نشرات الأخبار، وخاصة النشرات المحلية كما هو متبع في البرنامج العام في مصر.

ولم تفكر الاذاعة المصرية في إدخال الاعلانات التجارية ضمن برامجها إلا في عام **١٩٥٤** عند بدء إنشاء إذاعة الاسكندرية المحلية، وتبعتها بعد ذلك إذاعة الشعب وإذاعة الشرق الأوسط والبرنامج الأوربي المحلي. وتأتي إذاعة الشرق الأوسط في المرتبة الأولى بالنسبة لعدد ساعات الارسال من ناحية الاعلانات نظراً لقوة إرسالها وإمكان سماعها بوضوح في العالم العربي

فضلاً عن نوعية برامجها التي تتسم بالخفة والايقاع السريع.

وتتخذ الاعلانات الاذاعية أشكالاً مختلفة: فمنها ما يقرأ بصوت المذيع، ومنها الاعلان الغنائي أو ماهو على شكل حوار أو تمثيلية، وعادة يحسب الاعلان الاذاعي بالدقيقة ويقال: إن أول دقيقة إعلانات أذيعت من إذاعة الاسكندرية كان سعرها ٢٠٠ ج! وهناك نوع آخر من الاعلانات وهو «البرامج المكفولة»، وهي برامج عادية يختارها المعلق، أو يقترح تنفيذها، ويدفع نفقاتها على أن يذكر ذلك في بداية البرنامج ونهايته، ومن الممكن أيضاً من خلال البرنامج.

تشابك الأهداف الأذاعية:

وبعد تناول كل هدف من هذه الأهداف بالتعريف تجدر الاشارة الى أن هذه الأهداف الستة لايمكن الفصل بينها فصلاً جذرياً: لأنها كذلك في واقع الحياة، فكل هدف من هذه الأهداف قد يتضمن أهدافاً أخرى بين طياته: فالاعلان مثلاً له وظيفة التوجيه والارشاد بجانب هدفه الرئيسي وهو التسويق. وكثيراً ما يُستخدم الخبر في الاعلانات التي تنتشر لتحقيق أغراض سياسية!

مثال ذلك:

الاعلان الذي نشرته شـركة أرامكـو في صحيفة الأخبار عن استمرار تدفق البترول في أنابيبها، وكان ذلك عقب خطاب الرئيس جمال عبد الناصر في الأزهر الشريف في أثناء العدوان الثلاثي على مصر سنة **١٩٥٦** الذي ذكر فيه تدمير الشعب العربي لأنابيب البترول المارة في أراضيه تضامناً مع الشعب المصري في معركته حيث أرادت الشـركة أن تنفي مـاذكره الـرئيس عبد الناصر عن طريق هذا الاعلان!

وكما تعطي الأغاني والأناشيد التثقيف والتوجيه في كثير من الأحيان نجـد أيضاً أن الأخبـار تنبىء عن التسلية والترفيه، كما تقدم الأحداث السياسية بطريقة مسرحية، وكذلك تروي أخبار الجريمة والسياسة وأنباء الفضاء والحرب والسـلام بطريقـة إنسانيـة تقرب من القصص الفني أو الأدب.

والبرنامج الإذاعي الناجح هو الذي يمزج بين هذه الأهداف بجرعـات ذكية حتى تـظل الاذاعة محتفـظة بجمهورها، ولايهرب منها الى إذاعات أخرى!

فقد يصبح الضغط الاعلامي المتمثل في الأخبار والتعليقات السياسية والبرامج الثقافية لايطاق، ولهذا يجب أن تعقبه أو تتخلله البرامج الموسيقية والغنائية والتمثيلية وغيرها لتخفيف الضغط ولإراحة ذهن المستمع، حتى يستطيع الاستمرار في التعرض لمزيد من الفترات الاخبارية والتثقيفية، ولهذا ترتفع نسبة البرامج الترفيهية في الاذاعات على غيرها من البرامج لأخرى، لتصل الى أكثر من نصف البرنامج الاذاعي كله.

جمهورية المستمعين

يقول ولبور شرام: إن التحدث عن الاعلام من زاوية الوسائل وحدها أو من زاوية العملية الاعلامية معزولة عن الاطار الاجتماعي والثقافي - لايمكن أن يؤدي إلا الى طريق مسدود:

فالإذاعة تحتاج الى جمهور من المستمعين حتى يكون لأي مادة تذيعها فائدة وفاعلية، والاذاعة تتأثر بجماهيرها كما تؤثر فيهم عن طريق بث أهدافها فيما تقدمه لهم من مواد.

والإذاعة تخاطب جماهير عريضة من الناس متباينة في السن والطبقة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية، كما يتمثل هذا التباين أيضاً في الثقافة والتعليم والاتجاهات المختلفة، فضلاً عن الخصائص السيكولوجية التي تتحكم في تكوين الأفراد وجمهور الاذاعة قد يتسع حتى

يشمل الألوف والملايين، وقد يصبح فرداً أو مجموعة من الأفراد. غير أن الجماهير التي تخاطبها الاذاعة ليست هي الجماهير المحتشدة في مكان ما لفترة زمنية محددة بلا روابط أو مصالح مشتركة كالجمهور الذي في الملعب لمشاهدة مباراة في كرة القدم مثلاً، ولكن هي الجماهير ذات الميول والمصالح والذوق المشترك كخريجي الجامعة الواحدة مثلاً، فهم قد ينتشرون في بلاد شتى وأقطار مختلفة، ومع ذلك فهم يكونون جمهوراً واحداً تربط بين أفراده صلات معنوية مشتركة.

ولهذا فمهمة الاذاعة شاقة وعسيرة في مخاطبتها لهذه الجماهير برغم ما يربط بينهم من خصائص مشتركة، إذْ يصبح على الاذاعة إشعار كل فرد من أفراد الجمهور بأنها تتوجه اليه بالحديث وحده!

والفهم الدقيق الكامل للجمهور يشكل الأساس الأول في عملية الاعلام الاذاعي، وهي عملية شاقة جداً، فقد أجمع الباحثون في دراسة الجمهـور على أن الفرد، كما أن الرأي العام الذي يوجه اليه الاعـلام الاخباري ربما لايكون رأياً عاماً واحداً بل كثير من الآراء العامة بالإضافة الى أن الخصائص التي نعتبرها

خصائص عامة للجمهور الذي نخاطبه قد لاتكون في الواقع عامة على النحو الذي نتخيله، وقد لاتكون ثابتة أو دائمة، كما نظن لأول وهلة، كما أن الفرد المستمع ربما لايظل هو الفرد الذي نتخيله في بادىء الأمر: ذلك أنه يتغير على الدوام وفقاً لتغيير البيئة والظروف والملابسات المحيطة به، ومن هنا نبعت الضرورة الى مداومة إجراء بحوث المستمعين لمواصلة الكشف عن طبيعة الجماهير وآرائها وخاصة أن نتائج البحوث الاعلامية قلما تصدق في غير الظروف التي أجريت فيها تلك البحوث، ولكن بمواصلة البحث وأخذ متوسطاته يصبح في الامكان إيجاد نتائج يعول عليها، ويمكن الاستفادة منها.

وعلى الرغم من أن الفرد وليد بيئته الاجتماعية إذْ يرجع لهذه البيئة الأثر الأول في التنشئة والتوجيه فإن لكل فرد خصائصه السيكولوجية والعقلية والبدنية التي ينفرد بها، وتجعله مختلفاً عن غيره من الأفراد سواء من ناحية الذوق أو الفهم أو الانفعال، كما أن الرأي يتكون بفعل مجموعتين من العوامل: إحداهما هي ما يراه الناس ويقرؤنه ويسمعونه، والأخرى هي استعدادات أو ميول الناس للانفعال بطرق محدودة، فالأفراد الذين

يتعرضون مثلاً لحملة دعائية موجهة ضد دولة ما ولديهم ميول مضادة لهذه الدولة ـ يكونون على استعداد لتكوين آراء مضادة لهذه الدولة بسهولة.

ومما لاشك فيه أن كل رسالة إعلامية غريبة عن ثقافة المستقبل أو بعيدة عن ميوله واهتماماته أو غير متصلة ببيئته أو غير متمشية مع عاداته وتقاليده وسيكولوجيته لن تجد منه أي اهتمام. والاذاعة تستطيع عن طريق دراسة الحالة السيكولوجية العامة للمستمع أن تضع يدها على المشاكل النفسية التي تتصل بالحياة اليومية والتي لاشك أن ملايين المستمعين سوف يتصرفون من خلالها، وبذلك تجتذب أفكارهم وتوجهها وفقاً لما تريد: فإذا استطاعت الاذاعة ان تقدم الى الجماهير التي تجتذبها نماذج وأنماطاً متغيرة ومتطورة مع العصر فلا شك أن الجماهير سوف تستجيب لهذه النماذج وتلك الأنماط المتطورة. والفرصة أمام الاذاعة الوطنية كبيرة للاضطلاع بهذه المهمة، فقابلية تصديق ما تقول والايمان به كبيرة لدى مستمعها المحلي، ولاتستطيع الاذاعات الأجنبية أن تنافسها في مكانتها لديه لأنها تنبع من بيئته وتخاطبه بلسان حاله وروحه.

تعدد الخدمات الاذاعية

المستعمون للاذاعة هم أفراد الأمة في عمومها غير أنهم يمثلون كما سبق القول قطاعات مختلفة متباينة يتميز كل قطاع بلون خاص من الثقافة، ودرب معين من السلوك الاجتماعي الذي يختلف في تفاصيله وسلوك القطاعات الأخرى وإن اتفق معها في المبادىء والسمات العامة على أساس أن هذه القطاعات في مجموعها تكّون أمة واحدة. وتحديد ماهية المادة المذاعة وبيان حدودها التفصيلية أمر يحتاج الى دراسة خاصة تبنى على أساس تصنيف السامعين تصنيفاً علمياً لتقديم المادة المناسبة لهم.

وهنا تفترض الاذاعة كنمط لجمهورها إنساناً متوسط الثقافة توجه إليه إعلامها، ولكن بما أن هذه المتوسطات متعددة تضطر الاذاعة الى إنشاء خدمات إذاعية متعددة، لترضى جميع الأذواق والمشارب، كما أن

هذا التعدد «لايعتبر ترفعاً أو تعالياً أو تجزيئاً للمجتمع بحال من الأحوال، وإنما يتسم بالواقعية والعلمية، فمن الضروري أن يكون المجتمع نصب عين الاعلامي يدرس صفاته وخصائصه، ويتبين مزاياه ومكوناته. وفي الدول الاشتراكية نفسها تتنوع الصحف والاذاعات بتنوع المهن والعمر وغيرها من الخصائص التي تحيل الاعلام الى قوة واقعية في المجتمع الذي تعيش فيه وكذلك في الدول الديمقراطية أيضاً، ففي بريطانيا تجد أن هناك البرنامج العام وبعض البرامج الجادة والعميقة فيما يسمى بالبرنامج الثالث أيضاً.

وفي محاولة لتصنيف الجماهير التي تخاطبها الاذاعة المصرية يمكن القول: إن أهالي أعالي الصعيد متقاربون في لهجتهم وميولهم من السودانيين، كما أن سكان الواحات والصحراء الغربية والشرقية وموانىء البحر الأحمر يشكلون جمهوراً متقارباً في الذوق والمشارب، وكذلك فإن سكان المناطق البحرية كالأسكندرية وبورسعيد وغيرهما نوع آخر من الجماهير.

أما جمهورنا في المدن فيبدأ من الأمي في أول القاعدة الذي يعتبر دخول السينما جريمة أخلاقية الى

الصفوة المثقفة التي تتابع آخر تطورات الحضارة الانسانية في فروعها المختلفة، وعلى هذا يصبح جمهور الاذاعة في مصر تعيش قمته في ثقافة عصر الصواريخ ومركبات الفضاء على حين تعيش قاعدته في عصر الناقة والحمار!

وعلى الاذاعة أن ترعى هؤلاء جميعاً، كما أن عليها أن تخاطبهم بما يتفق مع تقاليدهم ويحقق رغباتهم، فمهمة الاذاعة هنا هي القيام بدور الوسيط لتوصيل الفكر والمعرفة بصورة تناسب طبيعة المستمع الذي يحتاج الى من يتسامى به حيناً، ويلاطفه حيناً، وينزل الى مستواه حيناً، فكل فرد من أفراد الجمهور يريد أن تتحدث وسائل الاعلام معه «لا أن تتحدث إليه!».

ومهمة المسئولين عن الاعلام مراعاة هذه الحقيقة، لأن الجمهور مستعد لأن يسمع الوسيلة المعنية بمشكلاته، ذلك أن قليلاً من المسئولين عن الاعلام هم الذين يزورون القرى والتجمعات السكانية النائية في محاولة للتعرف على مشاكل المواطنين.

وقد ثبت من التجارب أن الخدمات الاذاعية المتخصصة تكون أكثر تأثيراً على الفرد من الخدمات

العامة: فمثلاً إذا تناولت الخدمة المخصصة للريف موضوعاً يمس جمهور الفلاحين فسيكون له تأثير كبير لدى هؤلاء من أي برنامج يتحدث في الموضوع نفسه ويذاع من الخدمة العامة.

والاذاعة المصرية لديها فرصة كبيرة لتخاطب المستويات كافة مبتدئة بالبرنامج الثاني الذي يخاطب صفوة المثقفين الى إذاعة الشعب التي تحدث أبسط البسطاء، وأيضاً إذاعة الاسكندرية الاقليمية ولو أنها تجربة لم تعم بعد جميع انحاء البلاد.

ولاشك أن تعدد الخدمات الاذاعية يخدم المشارب والأذواق المختلفة، ويتيح للمستمع فرصة الاختيار والاستماع دون سأم أو ملل، غير أن هذا التنوع يتضمن خطراً آخر يتطلب من المهيمنين على الاذاعة حرصاً ويقظة شديدين لتصنيف البرامج وتنسيقها وتنويعها طبقاً للخدمة الاذاعية المعينة مع تقديمها في إطار دلالي يوافق جمهور هذه الخدمة، إذ لافائدة من بذل الجهود لجذب الجماهير الى قضايا لاتتصل بحاجاتها، ولاترتبط بمصالحها في حين أن الموضوعات العامة والنافعة تشق طريقها الى نفوس الناس في سهولة ويسر.

الخدمات الاذاعية المحلية في مصر

فإذا استعرضنا الخدمات الاذاعية المحلية في مصر والناطقة باللغة العربية نجد أن لكل خدمة هدفاً وجمهوراً تسعى اليه.

وهذه الخدمات هي :

١ ـ البرنامج العام:

هو الخدمة الرئيسية للاذاعة والناطق الرسمي بلسان الدولة، ويستهدف النوعية السياسية بين الجماهير على الصعيد المحلي والعالمي بما يتيح للمستمع قدراً كافياً من الثقافة السياسية والفكر الواعي لما يدور حوله من أحداث. والبرنامج العام يخدم المستمع بوجه عام على أساس متوسطات مجموع المصريين من حيث الثقافة والدخل، وحاجتهم الى الاعلام، كما يعبر عن وجهة نظر الدولة الرسمية في جميع القضايا السياسية الداخلية والخارجية.

٢ ـ صوت العرب:

يستهدف التوعية بالقومية العربية والدعوة الى وحدة الشعوب العربية وإبراز كفاح الشعوب المناضلة ضد الاستعمار، وكفاح العرب ضد الصهيونية لاسترداد الأراضي العربية المسلوبة، وحل القضية الفلسطينية، والعمل على رفع شأن الشعوب العربية، وهو في هذا يهدف الى خدمة جميع العرب أينما كانوا بما فيهم المصريون.

٣ ـ إذاعة السودان:

وتعد صوتَ القاهرة في أفريقيا، وتستهدف تغطية أخبار أفريقيا بصفة عامة والسودان بصفة خاصة، وتهدف الى فضح مناورات الاستعمار والصهيونية في أفريقيا، وتركزُ على حق الشعوب الأفريقية في الحرية والاستقلال، وتبعث في أبناء القارة وعياً أفريقياً.

٤ ـ إذاعة الشعب:

تستهدف خدمة فئات الشعب العاملة من العمال والفلاحين، والتأكيد على الشخصية المصرية، وإبراز

دور الطبقة العاملة في قضايا الوطن السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتوعية والتعريف بهذه القضايا لتحقيق المجتمع الديمقراطي الاشتراكي.

٥ ـ إذاعة الشرق الأوسط:

الأصل في إنشاء هذه الإذاعة تجاري بهدف إذاعة الإعلانات التجارية المحلية والأجنبية.

٦ ـ البرنامج الثاني:

وهو برنامج ثقافي خاص يستهدف خدمة المثقفين في مختلف المجالات العلمية والأدبية والفنية، كما يهدف في الوقت نفسه الى رفع المستوى الثقافي للمستمع العادي.

٧ ـ الاذاعة الاقليمية لمدينة الاسكندرية:

تعتبر هذه الاذاعة النواة الأولى لفكرة إنشاء إذاعات إقليمية تقدم خدماتها على أسس لامركزية تمشياً مع مبدأ الادارة المحلية الذي يهدف الى تحقيق النهوض بالبيئات المحلية لبعث روح النمو والازدهار في أنحاء المجتمع المصري الكبير.

وتهتم هذه الاذاعة بإبراز أوجه النشاط المختلفة في الاسكندرية وضواحيها وتعمل على خدمة سكانها.

٨ ـ إذاعة الشباب:

وهي خدمة إعلامية خاصة لقطاع الشباب في مصر تتيح للجيل الجديد تفهم أبعاد المرحلة الحالية باعتباره قطاعاً عريضاً يمثل أمل مصر في المستقبل، وذلك بتقديم البرامج والمواد الاذاعية الموجهة اليه والتي يشارك في إعدادها وتقديمها في جميع المجالات السياسية والاجتماعية والثقافية مع ترسيخ القيم الدينية والأخلاقية والاسهام في حل المشكلات التي يعاني منها الشباب في المدارس والجامعات والمصانع والقرى.

دور الاذاعة في التأثير والتغيير والتنمية الوطنية

كثر الجدل والبحث حول تأثير الاعلام على الجماهير وقدرتها على تغيير الرأي والاتجاهات. واتفق الباحثون في النهاية على أن الناس يميلون الى الاختيار من بين وسائل الاعلام ومن بين مضمون وسائل الاعلام: فيختارون ما يتفق مع معتقداتهم وقيمهم بوجه عام، ويتجنبون مالايوافق هذه المعتقدات والقيم، لهذا وجدت الدعوة لتنظيم الأسرة أو لتحديد النسل ترحيباً قوياً في المدن ولدى المثقفين بصفة عامة، على حين فشلت هذه الدعوة في الريف للاعتقاد الراسخ في النفوس بأن تحديد النسل حرام وضد التعاليم الدينية!

ومن هنا يقال: إن تأثير وسائل الاعلام ينحصر في تعديل الاتجاهات التي عند الأفراد أكثر مما يميل الى تغييرها، فمثلاً:

معظم الناس يستخدمون معجون الأسنان في تنظيف أسنانهم، ولكن صنف المعجون المستخدم لايهمهم كثيراً، وهنا تكمن قوة الاعلان الذي يُسمع في الاذاعة أو ينشر في الصحف حول نوع ما من المعجون، إذ يستطيع الاعلان أن يؤثر في اختيار ذلك الصنف، ومن ثم تصبح قوة الاعلان كامنة في تحويل مجرد الاتجاه أو إعادة توجيهه.

ومن جهة ثانية يجمع العلماء على أن الاتصال الشخصي المواجه هو أكثر أنواع الاتصال أثراً بين الناس، وذلك لما يتيحه من أخذ وعطاء عن طريق المحادثة والمواجهة، وهي عملية اتصال مزدوجة لها فعل ورد فعل مباشر تفتقر إليه وسائل الاعلام الأخرى، هذا الى جانب عامل الثقة الذي غالباً ما يكون بين الشخص ومحدثه: فالمصدر هنا معروف وغالباً ما يعمل في ظروف خاصة.

ويجمع العلماء على أن الاذاعة وأيضاً التليفزيون هما أقرب وسائل الاعلام الى الاتصال الشخصي المباشر بما يشيعاه من إحساس بالواقعية والمشاركة.

وبما أن الاذاعة أكثر انتشاراً من التليفزيون للأسباب التي ذكرناها من قبل، إذن فالاذاعة تصبح الوسيلة التالية للاتصال الشخصي في المقدرة على التأثير أو التوجيه: فالمستمع يستطيع أن يشارك فعلاً في بعض البرامج الجماعية أو الجماهيرية، كما أنه يشعر وهو يستمع في بيته الى أنه جزء من جمهور عريض يشاركه في الاستماع الى الاذاعة. وبما أن الغالبية العظمى من مستمعي الاذاعة من الأميين ومتوسطي الثقافة فإن الاستهواء أو القابلية للتأثير تصبح أسرع وأقوى أثراً.

وبالطبع لاتستطيع الاذاعة أو أي وسيلة إعلام أخرى إحداث أي تأثير مفاجىء في الجماهير كلما أريد ذلك، ولكن التأثير يأتي تدريجياً وبعد تعرض مستمر للرسالة الاعلامية السهلة المبسطة، ومن هنا تستطيع الاذاعة أن تؤدي دوراً هاماً في تطوير الشعوب وتنميتها عن طريق ما تنقله إليهم من قيم ومبادىء وأفكار ومعلومات.

وتزداد أهمية الدور كلما كان المجتمع مجتمعاً نامياً عليه أن يسابق الزمن، ليلحق بركب الحضارة والتقدم

الذي يتميز به عصرنا هذا، وحتى تضيق الهوة الفاصلة بين المجتمعات المتقدمة والمجتمعات النامية، وأيضاً لتضييق الهوة داخل المجتمعات نفسها كتلك التي بين الريف والحضر.

ومن طريق نقل الأخبار والمعلومات تستطيع الاذاعة المساهمة في توسيع الآفاق وتكوين صفة التفتح واستشعار الانسان بغيره، ورفع التطلعات الشخصية والوطنية.

ولقد وجد إبراهيم أبو لغد في بحثه عن القرية المصرية أن الفلاحين ينقلون الأخبار التي يسمعونها عن طريق الاذاعة باعتبارها أخباراً موثوقاً فيها على حين يندر نقل أخبار عرفوها عن طريق الآخرين!

فالأخبار بضاعة أساسية لوسائل الاعلام بصفة عامة وللاذاعة بصفة خاصة، وغالباً ما يكون للمضمون الاخباري تأثير كبير في الرأي العام من الدعاية السياسية وهناك قاعدة عامة تقول: «إن الرأي يتحدد عموماً بالأخبار أكثر مما يتحدد بالكلمات مالم تفسر هذه الكلمات على أنها أخبار!»

فالطلقات الأولى لثورة الجزائر مثلاً، والهجمات

المبكرة للمقاومة العربية في فلسطين المحتلة وسيناء، وإعلان تأميم قناة السويس، وإعلان استقلال المستعمرات في آسيا وأفريقيا ـ كل هذه الأخبار كانت تعبىء المشاعر، وتلهب حماس الأحرار في كل مكان، ليقوموا بدورهم في تحرير بلادهم من الاستعمار والعزلة والتخلف، ولنقل وجهات نظرهم القومية الى العالم الخارجي، ليتسنى للانسان أن يعيش عصره متأثراً به ومؤثراً فيه.

ولاشك أن أهم ما تحتاج إليه الدول النامية طائفة من الاعلاميين المتخصصين في الشرح والتبسيط والاقناع والتأثير في الجماهير ليقوموا بدور الوسيط بين المتخصصين في الشئون السياسية والاجتماعية والزراعية والصحية وغيرها وبين الجماهير القليلة الحظ من الثقافة، وخاصة جماهير القرى والريف التي لاتعرف إلا القليل عن خطط التنمية وأساليب الزراعة الحديثة وطرق الري ومكافحة الآفات والارشاد الصحي والاجتماعي.

وهكذا تسعى الاذاعة في الدول النامية ـ كما يقول

الدكتور إبراهيم إمام - الى تطوير الشخصية الانسانية من الجمود الى الحركة، ومن التقليدية الى التقدمية، ومن التواكل الى الاقدام، ومن الخوف الى المغامرة، ومن القدرية الى التجريب، ومن الفشل الى الأمل!

مراجع الكتاب

المراجع العربية:

- د. إبراهيم إمام.

الاعلام والاتصال بالجماهير - الإنجلو - ١٩٥٩

دراسات في الفن الصحفي - الإنجلو - ١٩٧٢

- حسن الحسن.

الإعلام والدولة - بيروت - ١٩٧٥.

- د. جيهان رشتى.

الإعلام ونظرياته في العصر الحديث - دار الفكر العربي ١٩٧١.

- د. عبد اللطيف حمزة.

الإعلام له تاريخه ومذاهبه ـ دار الفكر العربي ١٩٦٥ .

ـ محمد إسماعيل محمد .

الكلمة المذاعة ـ مكتبة النهضة ـ ١٩٦٠ .

ـ فيل أولت .

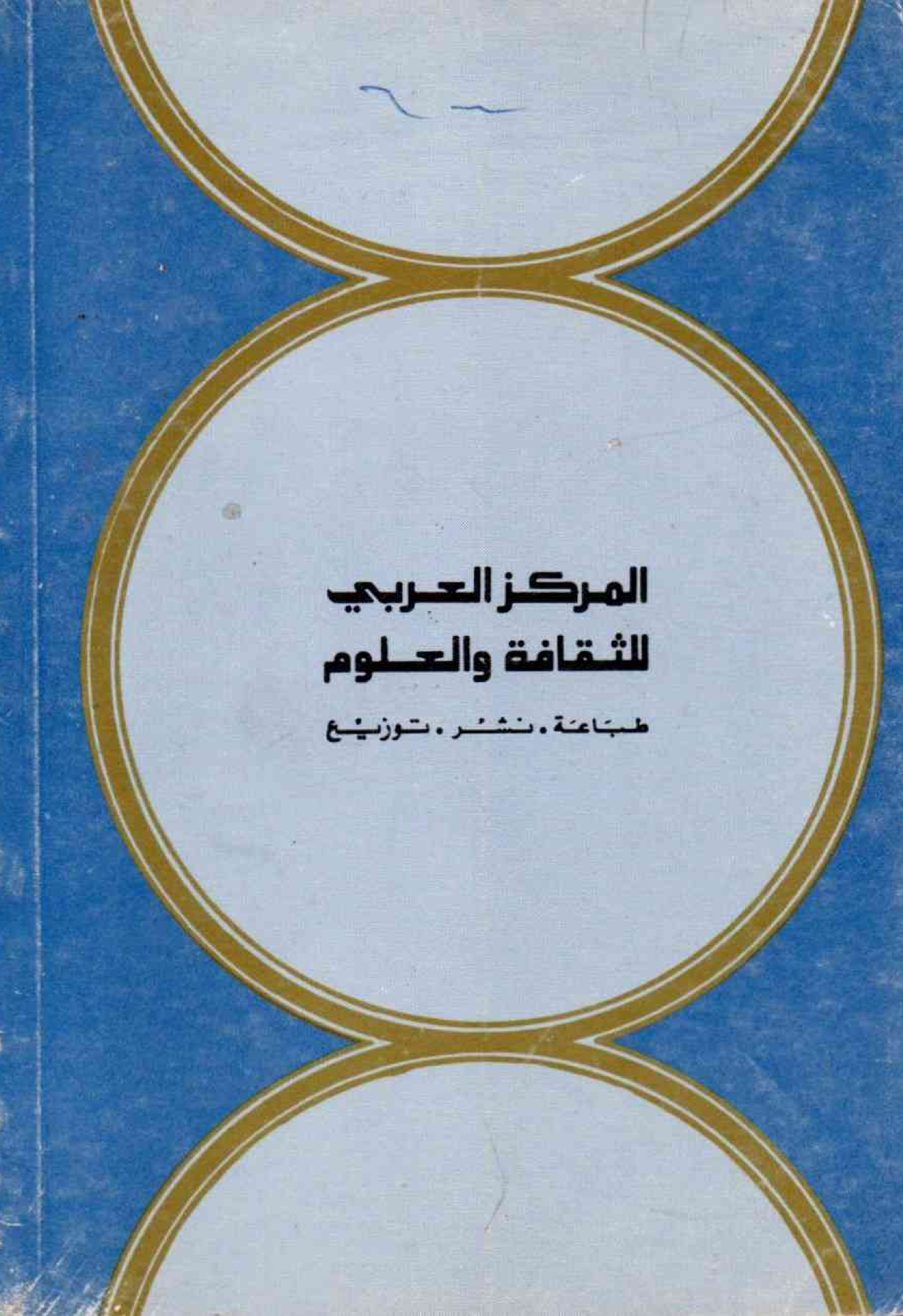
ترجمة أحمد قاسم جودة ـ وراء الأخبار ليلاً ونهاراً ـ القاهرة ١٩٦٥ .

مجلة الفن الاذاعي .

مجلة الراديو المصري .

مجلة الاذاعة والتليفزيون .

المراجع الأفرنجية


المركز العربي
للثقافة والعلوم
طباعة . نشر . توزيع